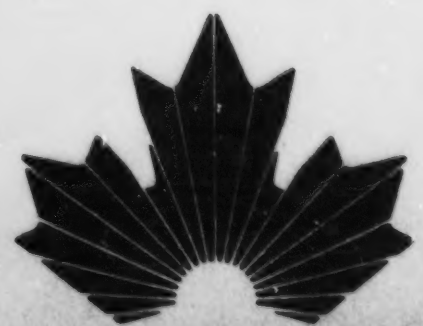
Studies in
Canadian Export
Opportunities
in the
U.S. Market

Furniture



Canada

89-01694/

COPIE 22-11-88

STUDIES IN CANADIAN EXPORT OPPORTUNITIES IN THE U.S. MARKET

FURNITURE

NOVEMBER 1988

PEAT MARWICK CONSULTING GROUP
OTTAWA

For additional copies please write or call:

Info Export (BTCE)
The Department of External Affairs
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
K1A 0G2

1-800-267-8376

Ottawa: (613) 993-6435

© Minister of Supply and Services Canada 1988

Cat. No. E73-7/29-1988

ISBN 0-662-56002-7

External Affairs Canada Affaires extérieures Canada

The information provided in this report was prepared by Peat Marwick Consulting Group for the Department of External Affairs. As such, the analysis and conclusions in this report are those of Peat Marwick and not of the Department of External Affairs.

Peat Marwick Consulting Group and the Department of External Affairs advise that this report should not be relied upon as the sole representation of the future prospects of any opportunities that are pursued. Each company must rely upon its own inspection and investigation in order to satisfy itself as to the extent of the opportunity and the credentials of the buyer. Nevertheless, the Department of External Affairs is prepared to offer individual counselling and advice to companies wishing to pursue opportunities arising out of either these studies or other market development opportunities.

STUDIES IN CANADIAN EXPORT OPPORTUNITIES IN THE U.S. MARKET

FURNITURE

TABLE OF CONTENTS

		Page
EXECUTIVE SUMMARY		1
I -	STUDY OBJECTIVES	3
II -	CONCLUSIONS OF THE PEAT MARWICK STUDY	4
III -	U.S. IMPORTS OF FURNITURE	6
	Sector Definition	6
	U.S. Imports 1982-87	7
	U.S. Industry Outlook	8
IV -	MARKET STUDY	11
	Survey of U.S. Importers	11
	Survey of U.S. Associations	14
V -	BACKGROUND	16
	Study Approach	17

APPENDICES

Appendix 1	-	U.S. Importers Seeking Sources of Supply for Specific Products	21
Appendix 2	-	U.S. Importers Generally Seeking Sources of Supply	29
Appendix 3	-	1986 Imports of Furniture (Schedule A 821.8)	37
Appendix 4	-	1986 U.S. Imports of Selected Furniture from Europe and Japan by Country	41
Appendix 5	-	1982-1987 Imports of Selected Furniture	43
Appendix 6	-	Current U.S. Tariffs on Canadian Furniture and Schedule for their Removal under the Free Trade Agreement	47
Appendix 7	-	Countries of Origin and Respondents' Level of Satisfaction	53
Appendix 8	-	U.S. Industry Trade Fairs and Publications	55
Appendix 9	-	Market Research Checklist and Marketing Analysis Checklist	59
Appendix 10	-	Canadian Government Trade Contacts in Canada and the U.S.	63

EXECUTIVE SUMMARY

This report addresses one of approximately 80 sectors reviewed as part of a broadly-based study commissioned by the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau of the Department of External Affairs. The objective of this study is to provide a preliminary indication of potential opportunities for the expansion of Canadian exports into the United States. The findings in each report are based on an analysis of U.S. trade statistics and a limited survey of U.S. importers and trade associations from a broad cross-section of the U.S. industry.

The purpose of each report is to assist Canadian companies in identifying potential export opportunities that may justify further investigation. While the reports do not provide analyses of Canadian export industries or their international competitiveness, they do provide other kinds of information that should be useful. For example, each report provides information on individual companies that have indicated an interest in new sources of supply, some of which are quite specific. Information on U.S. import market size and shares, and on industry publications and trade fairs that the companies surveyed felt were most useful, are also provided. As such, individual reports in the series should be of particular interest to small and medium-sized Canadian companies that either are not yet exporting, or that would like to increase their level of exports, to the United States.

Furniture is one of the sectors examined during the study. A survey of U.S. importers of furniture was conducted to determine the effects of the devaluation of the U.S. dollar and potential opportunities for Canadian manufacturers. The results of the survey were significant. Over 90% of the respondents reported that the devaluation of the U.S. dollar had increased the costs of their imported furniture. The majority, as a consequence, were interested in hearing about Canadian sources of supply for possible substitution for higher-priced imports now being purchased. Importers indicated a preference to receive information from Canadian firms via the mail or at trade fairs. Price and quality are key considerations in the decision to import.

Information on companies that are interested in new sources of supply of furniture as well as those who are seeking specific types of furniture has been compiled. Popular U.S. trade fairs and publications are also provided.

The survey of U.S. industry associations showed that Canada is viewed as a capable supplier of furniture to the U.S. market. Canadian furniture is perceived to be competitive with U.S. products. Canadian manufacturers may have the competitive edge for upholstered furniture and have available furniture designs in high demand (e.g., European-type) as well as flexibility in design.

I - STUDY OBJECTIVES

This report is one of a series covering approximately 80 manufacturing sectors, commissioned by the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau of the Department of External Affairs and written by Peat Marwick. The series is designed to provide a preliminary indication of Canadian export opportunities in the United States that may now exist as a result of the rising cost of offshore imports. The information provided about the nature and size of the U.S. import market, as well as leads and marketing intelligence, should help Canadian companies to determine whether further investigation of opportunities is justified and, if so, to begin such follow-up. The reports are likely to be of particular interest to small and medium-sized Canadian companies that either are not exporting or would like to increase their exports to the United States.

Each sector report identifies the major products imported into the United States from developed countries, explores the effect that the devaluation of the U.S. dollar has had on the price of these imports, and indicates which of these products might provide Canadian suppliers with increased export opportunities in the United States. The U.S. Department of Commerce's segmentation of statistics, upon which the review of U.S. imports is based, does not always correspond to the traditional definitions of product sectors in Canada. In a few reports, therefore, there are some differences between the products discussed in the report and those commonly included within that sector. Definitions of what products are covered in each report are, however, provided in all cases so that such differences can be identified and taken into account.

The report also identifies some initial export leads for Canadian manufacturers, lists trade fairs and industry publications favoured by U.S. importers, examines the U.S. importers' perceptions of the impact of a Free Trade Agreement between Canada and the United States on their purchases of Canadian products, and provides the relevant tariff tables outlining the implementation stages of the Free Trade Agreement. Analysis of Canadian export industries or international competitiveness was outside the scope of these reports. For specific information on export marketing of their product, Canadian companies are invited to contact the U.S. Trade, Tourism, and Investment Development Bureau or the appropriate Canadian Trade Commissioner in the United States (addresses in final appendix).

II - CONCLUSIONS OF THE PEAT MARWICK STUDY

While the furniture industry in the United States is expected to sustain little real growth over the next few years, there appear to be significant opportunities for expanding Canadian furniture exports in the more than $3 billion U.S. import market. Canada's major competitors (with respect to Europe and Japan) in this market are Italy, Germany, Denmark and Japan. However, the appreciation of the currencies of these countries against the U.S. dollar may be compelling U.S. companies to change their sources of supply. Certainly, imports from West Germany, Denmark and Japan have declined in the first half of 1987 as compared with 1986.

The survey of U.S. importers conducted early in 1988 supports the observation above. Over 90% of the respondents reported rising costs of their imports due to the devaluation of the U.S. dollar, and expressed interest in looking at Canadian sources of supply. The impact of a Free Trade Agreement is uncertain as a large proportion of purchasers have not considered the repercussions of such an event. About 10% of the respondents did indicate they would increase their purchases from Canada.

U.S. importers would prefer to obtain information on Canadian firms through brochures and product listings from the company and through contact at trade fairs. Participation in trade fairs is crucial as most respondents indicated that information obtained in this manner is often a key input to their purchasing decision. Price and quality are key considerations in the decision to import the product.

The survey of U.S. industry associations connected with the furniture industry indicated that the industry believes that Canadian products are competitive in the U.S. market with strengths in upholstered furniture and the different designs available. Most survey respondents do not expect a Free Trade Agreement between Canada and the United States to have significant impact on the U.S. furniture industry.

Some specific opportunities have been uncovered during the course of the survey of U.S. importers. Sources of supply are being sought for dining room chairs, occasional tables, modern designed upholstered goods, marble dining tables, table bases, office seating furniture and children's furniture. Information on the companies seeking these goods is supplied in

Appendix 1. Also, a list of those companies which are interested in knowing more about Canadian sources of supply of furniture generally has been compiled in Appendix 2.

The Department of External Affairs recommends that Canadian firms should consult the Canadian Trade Commissioner located closest to each company being considered for contact prior to doing so in order to obtain advice, assistance and further company information. Canadian government contacts in Canada and the United States are provided in Appendix 10.

Prior to contacting any U.S. companies listed in Appendix 1 and/or Appendix 2, the Ontario Furniture Manufacturers Association, Furniture West and Quebec Furniture Manufacturer's Association recommend that Canadian companies develop an Export Marketing Plan. As an aid, a Marketing Research Checklist and a Marketing Analysis Checklist are provided in Appendix 9. Further assistance is available from the associations mentioned.

III - U.S. IMPORTS OF FURNITURE

This chapter provides information on recent levels and trends of U.S. imports, and a summary of short term prospects for this sector. Where there are differences in sector definitions between these sources, or between them and definitions generally used in Canada, such differences are noted, along with any known implications. In order to improve the usefulness of the information, a definition of which products within the sector are being reported on, and how they were selected, is also provided.

SECTOR DEFINITION

The products being reported on were selected on the basis of the customs value of U.S. imports from Japan, Europe, and Canada, as reported by the U.S. Department of Commerce (USDOC). The sector definitions used by USDOC effectively defined the products available for inclusion in this report. The selection of products was achieved by first screening all the USDOC broad product groupings, as expressed in 4-digit codes (e.g., furniture and parts thereof [Schedule A 821.8]). Where combined imports from Japan, Europe and Canada were significant, the list of products was further refined at the more detailed and specific 7-digit level (e.g., furniture of wood, nspf* [Schedule A 8218070]).

Appendix 3 displays 1986 U.S. imports of all 7-digit products or product groups belonging to the 4-digit category selected for the furniture report. Those products or product groupings having combined Japanese, European and Canadian imports of over $80 million (U.S.) in 1986 were identified for further analysis. Following consultation with industry and government officials with expertise in the furniture sector, other products and product groups which did not meet the above criteria were included where there appeared to be significant commercial interest. Some products and product groups were deleted because there was insufficient commercial interest. Further details on this selection process are provided in Chapter V, Background. Due to refinements of sector definitions and other adjustments there may be some differences between figures in this report and those in the Overview report published in June, 1988. In such cases, the numbers in this report take precedence.

---

* Not specifically provided for.

On the basis of the above process, the following products and product groups were selected to be the subject of this report:

- Non folding chairs of wood, nspf (Schedule A 8218065)
- Furniture of wood, nspf (Schedule A 8218070).
- Furniture and parts thereof, nspf (Schedule A 8218090).

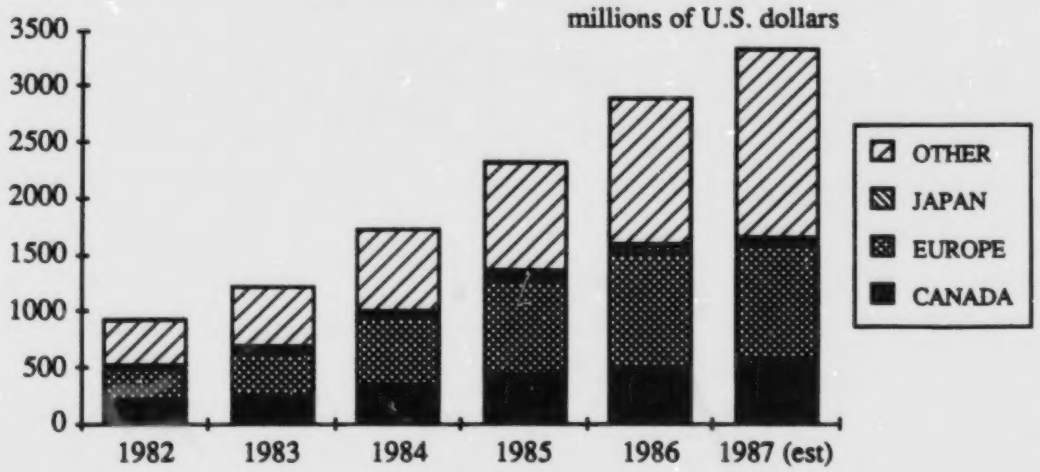
U.S. IMPORTS 1982-87

A breakdown of 1986 imports of furniture by country is presented in Appendix 4. Of these markets Canada achieved shares of 15.5%, 28.1% and 39.4%, respectively. The estimated share for 1987 is 20.9%, 33.3% and 37.7%, respectively.

The trend in imports for the total of these product groups are shown in Chart 1, below. Canada has maintained its market share while imports more than trebled between 1982 and 1987. Imports from Japan are dropping and those from Europe are levelling off . Much of the growth in the import market has been absorbed by other countries such as Taiwan. However, Taiwan's loss of benefits under the Generalized System of Preferences (effective July 1, 1987) is contributing to higher prices for Taiwanese furniture and possible loss of U.S. markets. Charts for each individual product group are provided in Appendix 5.

CHART 1

TOTAL U.S. IMPORTS OF SELECTED FURNITURE



Source: *U.S. General Imports and Imports for Consumption*, U.S. Department of Commerce.

There appears to be room for growth in Canada's market share of U.S. imports of furniture, and there exist Canadian manufacturers able to supply the U.S. market. In the event of a Free Trade Agreement between the United States and Canada, these opportunities will increase as tariffs ranging from 2.4% for rubber or plastic seats with wooden frames to 7.5% for furniture and parts of cane, osier, bamboo or similar materials will be eliminated by January 1, 1993. A full listing of tariffs is found in Appendix 6. At present, furniture imports are only duty free if intended for installation in automobiles or civil aircraft.

U.S. INDUSTRY OUTLOOK

This section is based on the *1988 U.S. Industrial Outlook* published by the USDOC. This information provides a general forecast of short-term prospects, and gives an indication of expected trends and developments in the U.S. furniture sector. While such information may be of interest, readers should proceed with caution in utilizing the data for the following reasons:

Firstly, although the USDOC is the source of both the "U.S. Imports 1982-87" (summarized above) and the "U.S. Industry Outlook", two different systems of product classification are used.

Differences may not be obvious. In some cases, slightly different titles reflect very similar sets of products; in others, similar titles for sectors or product groups encompass a slightly different mix of products. Thus the market forecasts in the "U.S. Industry Outlook" section may cover a slightly different mix of products than the rest of this report.

Secondly, while most sections of the "U.S. Industry Outlook" address the entire sector, others address specific products or product groups. Forecasts made at both levels should be assessed carefully, as they may differ significantly from the prospects of any individual product included within them. It is, therefore, recommended that outlook data be used only as a general indication of sectoral prospects in the near term.

The outlook for the furniture industry in the United States is tied to a number of factors. U.S. Department of Commerce documents indicate that housing starts directly affect sales of appliances and furniture, and furniture competes with other durable goods for consumer dollars; furthermore, durable goods sales are strongly influenced by consumer confidence, employment levels and the population in the 25-55 age group. People in this age range are substantial purchasers of consumer durable goods.

While housing starts are expected to decline due to higher mortgage interest rates, the outlook for all the other factors affecting furniture sales is positive, resulting in a net growth, in constant dollars, of 1% expected for furniture shipments in 1988. This limited growth is expected to continue to 1992.

While U.S. furniture imports slowed for the third consecutive year in 1987, they still constitute a high proportion (18%) of apparent consumption. The slowdown can be partially attributed to declines in the value of the dollar relative to foreign currencies. Imports from West Germany, Denmark and Japan, 3 of the top 10 furniture suppliers to the United States, declined in the first half of 1987 compared with 1986. Between March, 1985, and February, 1987, the trade weighted indices of the dollar versus the currencies of developed countries, adjusted for relative rates of inflation, declined 38%. The Bureau of Labour Statistics' Import Price Index for furniture increased 6.5 % between June, 1986, and June, 1987.

Major exporters from Europe in 1986 were Italy (12.3%), West Germany (6.6%), and Denmark (6.2%). Europe accounted for 34.6% of total furniture imports into the United States, while

Japan accounted for 2.5%. Total imports exceeded $3 billion (U.S.) for all types of furniture. Available import literature is limited to furniture as a whole and does not provide separate data for contract furniture.

The U.S. Department of Commerce expects that the U.S. furniture industry will continue its consolidation from small and medium-sized businesses to large firms that can achieve economies of scale to compete with cheaper imports. U.S. furniture producers are becoming increasingly reliant on more advanced technology (CAD/CAM technology) and greater marketing clout (vertical integration and control of retail outlets) to maintain or expand their market shares.

According to the U.S. Department of Commerce, manufacturers' shipments of contract furniture have almost doubled since 1981. Exports of wood and non-wood contract furniture accounted for 9% and 10.2% of total shipments for 1984 and 1985, respectively.

This chapter has provided a definition of the products included within the scope of this report, the criteria used for their selection, and a summary of U.S. imports of those products for 1982-87. Where available, a short-term outlook for the corresponding U.S. industry has also been provided. As this report is only intended to provide a sectoral overview and an indication of the opportunities that may exist for increased Canadian exports, individual readers are strongly encouraged to conduct more in-depth research on any potential opportunities identified.

Users of this report who are interested in undertaking further research into specific markets are also encouraged to contact any of the Canadian Government Trade Development offices listed in the final Appendix to this report, to determine what assistance may be available to them.

IV - MARKET STUDY

SURVEY OF U.S. IMPORTERS

The U.S. importers of furniture interviewed were selected from a variety of sources, including the report provided by the *Journal of Commerce Piers Port Import/Export Reporting Service*. This report contained three months of 1987 shipping data and ranked importers from major developed countries by volume of imports. This list was supplemented by information provided by External Affairs' posts in the United States and by lists from trade associations and numerous industry publications.

The study as a whole will examine approximately 80 product sectors. The number of interviews will be dependent on the level of concentration in the industry and the diversity of products within each sector. In total, over 4,000 interviews will be carried out with U.S. companies. The number of companies contacted per sector varies from 40 to over 100. In most cases, a minimum of 30 interviews with potential buyers will be completed. For the furniture sector, 42 questionnaires were completed.

Interview Results

For the 42 respondents interviewed, Table 1, below, illustrates the number of respondents importing each product and the number of respondents that consider that product a major import.

Table 1

	Wood		Upholstered		Other	
	Import	Major Import	Import	Major Import	Import	Major Import
Living room furniture	16	10	13	8	4	1
Bedroom furniture	20	11	6	2	7	5
Kitchen furniture	15	2	5	0	6	1
Dining room furniture	20	5	6	0	4	1
Office furniture	12	4	6	1	7	1
Children's furniture	9	2	0	0	2	0

Popular imports are wood bedroom furniture and wood dining room furniture. Table 2, below, illustrates the major exporting countries, the number of respondents supplied and the overall level of satisfaction of the importers for their suppliers. A full listing is reproduced in Appendix 7.

Table 2

Country of Origin	No. of Respondents Being Supplied	Average Level of Satisfaction (Max = 5.0)
Italy	26	4.1
Germany	13	4.1
Denmark	9	4.3
Taiwan	8	4.4

The reasons given for purchasing from these suppliers included:

- lower prices (45.2% of respondents)
- superior quality (38.1% of respondents)
- not available in the United States (33.3% of respondents)
- supplementary supply for domestic sources (14.3% of respondents)
- variety and distinct designs (11.9% of respondents).

Over 90% reported that the devaluation of the U.S. dollar against many developed country currencies had increased the cost of their imports and many expressed interest in Canadian products as alternatives. While less than half had used Canadian sources of supply, the majority of those that had were satisfied with Canadian suppliers. Regulations and prices were sources of discontent for some of the importers which had used Canadian sources in the past. Respondents expressed dissatisfaction with some suppliers in Mexico, China, Italy and France, with respect to delivery time, delivery errors, prices, inadequate quality and inability to meet commitments. The few respondents who expressed a distinct lack of interest in Canadian products offered the following reasons:

- a long-standing and satisfactory relationship has been established with current suppliers
- imported products are supplied by its subsidiary

- Canadian products are not competitive due to the labour rates
- only interested in specific products and does not believe they are available in Canada.

For the majority, they would welcome product listings and prices to be mailed from the Canadian firm. These respondents are also inclined to obtain information on products and companies during trade fairs. The most popular trade fair is the "Southern Furniture Market", High Point, North Carolina; followed by "Milan Furniture", Milan, Italy. However, trade fairs held for regional markets should not be neglected. Trade fairs are a very important marketing tool in the U.S. furniture industry, as 50% of the respondents reported that information obtained from trade fairs is used as input to the purchasing decision, and on average, it is a key input 50% of the time. No other information source is nearly as popular nor nearly as important. The next most popular information source (17% of respondents) is literature obtained from the manufacturer, and this information is a key input about 40% of the time. Publications are somewhat popular sources of information (38% of respondents) but are rarely inputs in the decision-making (2.4% of respondents). Publications cited are *Furniture Today* and *Home Furnishings Daily*.

The majority of respondents (47%) feel that Free Trade between Canada and the United States will not affect their purchasing policies. A few (12%) reported that they would certainly increase their purchases from Canada, while a significant number (41%) have not considered the effect of such an agreement.

While 82% of the respondents are interested in hearing from Canadian companies about the products available, six U.S. importers are currently seeking sources of supply for specific products. These firms are:

- **Brian Alden** is seeking suppliers for dining room chairs and occasional tables.
- **Bon Marché** would like to hear from suppliers of modern designed upholstered goods.
- **Haynes Furniture** is interested in any supplier of marble dining tables.
- **Krueger Inc.** is searching for a supply of table bases.

- **Krueger Metal Products** is seeking sources of supply for office seating furniture.

- **Tracers Furniture** is interested in hearing from Canadian sources for children's furniture.

More information on these companies is found in Appendix 1, and a listing of U.S. importers who are interested in Canadian sources of supply of furniture in general is found in Appendix 2.

SURVEY OF U.S. ASSOCIATIONS

U.S. associations were contacted in order to supplement information provided by individual importers and to provide an industry perspective on trade in the furniture industry. The industry associations contacted and their mandates are as follows:

- American Furniture Manufacturers Association, High Point, North Carolina, assists furniture manufacturers providing general information and assistance.

- International Home Furnishings Representatives Association, High Point, North Carolina, promotes trade for its members.

- National Wholesale Furniture Association, High Point, North Carolina, promotes the growth and development of trade in the wholesale furniture industry.

- National Home Furnishings Association, Chicago, Illinois, provides education, lobbying and general services such as insurance to its members.

The associations were interviewed to obtain the following information:

- market trends for furniture

- the effect of the devaluation of the dollar on trade in the U.S. furniture industry

- major industry trade fairs

- major industry publications

- the potential effect of Free Trade on Canada-United States trade in furniture

- their opinion on the strengths and weaknesses of the Canadian furniture industry.

Interview Results

While two associations forecast limited growth over the next two years, the National Home Furnishings Association suggests growth rates of 11-12% for 1988 and 5-10% for 1989. The conservative outlook published by the U.S. Department of Commerce estimates a 1% real growth for 1988 and suggests little change for the next two years.

The associations report that the devaluation of the U.S. dollar appears to have had little effect on trade to date. Some interest has been stimulated for exports of furniture, and more expensive imports have resulted in domestic products being more competitive. They suggested, however, that the current rather mild effect of the devaluation of the U.S. dollar on trade in furniture may be attributed to the long lead times in production. With respect to a Free Trade Agreement between Canada and the United States, however, the associations do not expect it will have any significant impact on the U.S. furniture industry.

Thé Canadian furniture industry is perceived by the associations as being competitive with U.S. products with strengths in upholstered goods and differential design (European influence).

The U.S. industry associations have provided names of major fairs (location and when held) and industry publications which are popularly read in the United States which should be of interest to Canadian exporters. These are listed in Appendix 8.

V - BACKGROUND

Six years ago, the United States was incurring modest trade deficits which were offset by more than $140 billion (U.S.) in payments from abroad on U.S. foreign investments. The U.S. budget was usually in deficit but this was again more than offset by domestic savings. The net effect was a positive current account balance.

As the U.S. economy picked up steam after the 1981-82 recession, demand rose faster than output. Imports increased drastically to fill the gap. By the end of 1983, the trade deficit had ballooned to nearly $69 billion (U.S.). These events continued into 1985, resulting in a trade deficit of $148 billion (U.S.). The federal budget deficit more than doubled as a share of GNP, and savings fell to record lows.

Under this pressure, the U.S. dollar began to lose value on the international exchange market. By the end of 1987, the U.S. dollar lost 48% of its value against the Japanese yen, 48% against the German mark, 44% against the Danish krona, 43% against the French franc, and 39% against the Italian lira. In fact, the U.S. dollar had fallen against all major western industrialized countries except Canada. By the end of 1987, the trade deficit reached a record $171 billion (U.S.) as import prices rose faster than the fall in import volumes.

The 1988 first quarter figures continue to show the value of U.S. currency declining (but stabilizing) relative to most western industrialized countries. These currency adjustments are only beginning to translate into changes in trade patterns. Exporters to the United States who made large profits were able to pare their profits for many months before they were forced to raise prices. In many cases however, the profits of most leading Japanese and European exporting companies have plunged by 40% to 80%, and the companies have been forced to increase prices. No immediate changes were reflected in the trade figures, as the dollar volumes were maintained while the unit volumes dropped.

The December 1987 trade figures promise a change in direction of trade as the nominal monthly deficit dropped to $12.2 billion (U.S.), well below the $14.3 billion (U.S.) monthly average for the whole of 1987. Stubbornly high imports seem to be responding to the weaker U.S. dollar. These developments should help to stimulate two-way trade between Canada and the United States. Since the value of U.S. and Canadian currencies relative to one another has remained fairly

constant, the increased value of developed country currencies against North American currencies should significantly increase the opportunities for Canadian manufacturers and service suppliers to sell into the United States, and likewise for U.S. manufacturing and service industries to sell into Canada.

STUDY APPROACH

The overall study approach for analyzing the opportunities for Canadian suppliers to replace European and Japanese imports into the United States, started at a fairly high level of product aggregation for all U.S. imports. Through the application of selection criteria, the focus of the analysis was progressively narrowed to those opportunities at the lowest available level of product disaggregation that would most likely result in increased Canadian exports into the U.S. market. The progression also involved moving from the identification of such opportunities, using statistical analysis, to substantiating the opportunities through interviews with representatives of U.S. purchasers of imports from developed countries.

In determining export opportunities for Canadian suppliers, U.S. import statistics were assembled for the years 1981 through to 1985. A five-year time period was chosen in order to distinguish between "established" import markets and "temporary" import markets. Where imports of European and Japanese goods into the United States have had sustained volumes over a period of several years, it is less likely that these imports represent a short-term phenomenon or that U.S. purchasers would be able to quickly change their sourcing to domestic suppliers. For the initial screening, U.S. Schedule A import statistics were compiled at the 4-digit level.

All U.S. imports (at the 4-digit level) from developed countries with import values exceeding one million U.S. dollars were identified for the selected years and placed in descending order of value. From this list, the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau initially chose 26 for further analysis. Each commodity was broken down into a finer level of classification, the 7-digit level, and an investigation made to determine whether there existed any Canadian firms that produced similar products and could pursue the opportunities which may be uncovered. The expansion of the Schedule A codes from the 4-digit level to the 7-digit level was fairly straightforward, and a listing of these commodities and their import customs value was prepared for 1986. The Canadian firms were identified by accessing the Department of External Affairs' WIN database. This computerized database, accessible at all major posts abroad, contains

information on Canadian manufacturers and the products they produce. It should be noted that although the WIN database is not yet complete, it is sufficiently advanced for the purposes of this study.

From this list, those products or product groupings having combined Japanese, European and Canadian imports of over $80 million (U.S.) in 1986 were identified for further analysis. Following consultation with industry and government officials with expertise in each sector, other products and product groups which did not meet the above criteria were added to the sector where there appeared to be significant commercial interest to have them included. Some products and product groups were deleted because there was insufficient commercial interest in them.

The next stage in the analysis was to identify major U.S. importers of the commodities selected, to develop a questionnaire, and to interview the importers. A questionnaire was designed to determine, for each company contacted:

- What were the major products being imported?
- What were the countries of origin of these imports? What was their level of satisfaction with each of their suppliers?
- Why were domestic products not used?
- What effect did the devaluation of the U.S. dollar have on the price of the imports?
- Were Canadian sources ever used? If so, were they satisfied with Canadian suppliers?
- Would the company be interested in knowing more about Canadian sources of supply?
- How would they like to receive information from Canadian suppliers? What information sources do they use to make purchasing decisions?
- Are there any seasonal patterns in purchasing?
- Do the companies face barriers to sourcing from Canada?
- Will a Free Trade Agreement between Canada and the United States affect their purchasing policy?

Telephone interviews were conducted with major importers and when requested, questionnaires were mailed out.

It was recognized that there were a variety of reasons why, in certain situations, the rise in price of imported goods would not translate into significant opportunities for Canadians to export into the U.S. market. These included:

- Other attributes of the commodity outweigh considerations of price, i.e., quality, design, etc.
- The commodity is an input into a final product and the value of the input relative to the final product is minimal.
- A long-term supply relationship has been established between the U.S. purchaser and current exporters whereby the U.S. customer relies on the exporter's proven ability to respond quickly to needed changes.
- The U.S. purchaser is a captive customer of the parent company.
- The U.S. purchaser is restricted by licence from buying other suppliers' goods.
- Domestic sourcing is a viable option.
- The imported commodity is a luxury good with relatively non-price-sensitive demand.

Therefore, the questionnaire was also designed to determine the extent to which these and other factors may restrict the opportunities identified by the statistical analysis.

Following the importer survey, U.S. associations representing the industry were interviewed to obtain information on a sector basis. These associations provided information on:

- The market trends for the industry.
- The effect of the devaluation of the U.S. dollar on the industry.
- The potential effect of Free Trade on Canada-U.S. trade for the industry.
- Their opinion of the strengths and weaknesses of the Canadian industry.

The results of all these steps were summarized in a draft report for each sector and submitted for review to an industry expert, the relevant Canadian industry association(s) and the DRIE official responsible for the sector.

APPENDIX 1

U.S. IMPORTERS SEEKING SOURCES OF SUPPLY FOR SPECIFIC PRODUCTS

Name:	Bon Marché
Address:	55 West 13th Street New York, NY 10011 U.S.A.
Contact:	Ms. Patricia Chiatpa, Import Manager
Telephone:	212-620-5592
Telex:	237804

- Imports living room, bedroom and office furniture from Italy, Taiwan and Scandinavian countries.
- Price is a significant consideration in the decision to import.
- Has been very satisfied with Canadian products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm via brochures, trade fairs and/or industry publications.
- Attends trade fairs in Stockholm, Copenhagen, Milan and North Carolina.
- Reads *Furniture Today*.
- Actively seeking sources of supply for modern designed upholstered goods.

Name:	Brian Alden
Address:	140 Killingworth Turnpike Clinton, CT 06413 U.S.A.
Contact:	Ms. Catherine MacHaffy, Furniture Buyer
Telephone:	203-669-1662
Telex:	6971195

- Imports all types of furniture from Denmark and Italy.
- Has been very satisfied with Canadian products.
- Has no preference as to method of receiving information about a Canadian firm.
- Attends Chicago Houseware show and the Copenhagen fair.
- Reads *Furniture Today* and *Home Furnishings Daily*.
- Actively seeking sources of supply for dining room chairs and occasional tables.

Name:	Haynes Furniture
Address:	5234 Virginia Beach Blvd. Virginia Beach, VA 23462 U.S.A.
Contact:	Ms. Marie Maremunker, Import Buyer
Telephone:	804-497-5833

- Imports occasionals made of leather, lacquer and rattan from Taiwan, Italy, West Germany and the Philippines.
- Price is a significant factor in the decision to import.
- Has not been satisfied with Canadian products with respect to quality.
- Prefers personal contact by the Canadian firm.
- Reads *Home Furnishings Daily* and *Furniture Today*.
- Actively seeking sources of supply for marble dining tables.

Name:	Krueger Inc.
Address:	P.O Box 8100 Green Bay, WI 54308 U.S.A.
Contact:	Mr. Peter McDevitt, Director of Exports
Telephone:	414-468-8100
Fax:	414-468-0280

- Imports office furniture from West Germany, France and Italy.
- Price is a significant consideration in the decision to import.
- Has found Canadian sources for furniture to be satisfactory.
- Has no preference as to method of receiving information about a Canadian firm.
- Attends NEOCON and NOPA in Chicago.
- Actively seeking sources of supply for table bases.

Name:	Krueger Metal Products
Address:	1330 Bellevue, P.O. Box 8100 Green Bay, WI 54308 U.S.A.
Contact:	Mr. Leo Walter, Product Manager
Telephone:	414-468-8100
Fax:	414-468-0280
Telex:	9102631288

- Imports office furniture from Italy, France, West Germany and the Netherlands.
- Price and design are major considerations in the decision to import.
- Has never tried Canadian products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm via brochures, trade fairs and/or industry publications.
- Participates in the NEOCON trade fair in Chicago and Westweek trade fair in Los Angeles.
- Reads *Interiors* and *Interior Design*.
- Actively seeking sources of supply for office seating furniture.

Name:	Tracers Furniture
Address:	612 Waverly Avenue Mamaroneck, NY 10543 U.S.A.
Contact:	Mr. Dennis Berger, President
Telephone:	914-381-5777
Fax:	914-381-4140

- Imports children's and metal furniture from Italy.
- Quality is a significant consideration in the decision to import.
- Has been very satisfied with Canadian products.
- Prefers brochures directly from the Canadian firm.
- Main inputs to the purchasing decision include recommendations from personal contact and trade fairs.
- Actively seeking sources of supply for children's furniture.

APPENDIX 2

U.S. IMPORTERS GENERALLY SEEKING SOURCES OF SUPPLY

U.S. IMPORTERS SURVEYED

Company:	Amesbury Chair
Address:	63 Clinton Street Amesbury, MA 01913
Contact:	Mr. John Babero
Title:	Import Manager
Telephone:	617-388-9300
Telex/Fax:	

Company:	Bar Tak Importers
Address:	48-49 33rd Street Long Island City, NY 11101
Contact:	Mr. Jack Tatki
Title:	President
Telephone:	718-361-0400
Telex/Fax:	718-361-1676 (Fax) 420885 (Telex)

Company:	Bon Marché
Address:	55 West 13th Street New York, NY 10011
Contact:	Ms. Patricia Chiatpa
Title:	Import Manager
Telephone:	212-620-5592
Telex/Fax:	237804 (Telex)

Company:	Brian Alden
Address:	140 Killingworth Turnpike Clinton, CT 06413
Contact:	Ms. Catherine MacHaffy
Title:	Furniture Buyer
Telephone:	203-669-1662
Telex/Fax:	6971195 (Telex)

Company:	Chatham Country Furniture
Address:	P.O. Box 2127 High Point, NC 27261
Contact:	Ms. Becky Clodfelter
Title:	Import Manager
Telephone:	919-431-2153
Telex/Fax:	919-884-7074 (Fax)

Company:	Designhouse International
Address:	6348 Dawson Blvd. Norcross, GA 30093
Contact:	Mr. Dave Debrock
Title:	Vice-President, Marketing
Telephone:	404-449-6636
Telex/Fax:	404-449-7961 (Fax)

Company:	Door Store
Address:	3140 M St. Northwest Washington, D.C. 20007
Contact:	Mr. Carl Wegner
Title:	Import Manager
Telephone:	202-333-8170
Telex/Fax:	202-337-8647 (Fax) 64453 (Telex)

Company:	Door Store
Address:	1303 Northwest 78th Avenue Miami, FL
Contact:	Ms. Gail Tapia-Ruano
Title:	Import Manager
Telephone:	305-477-1702
Telex/Fax:	

Company:	Elite Furniture Ind.
Address:	77 Gould Street Bayonne, NJ 07002
Contact:	Mr. M. Baron
Title:	President
Telephone:	201-436-1120
Telex/Fax:	201-436-6960 (Fax)

Company:	Haynes Furniture
Address:	5234 Virginia Beach Blvd. Virginia Beach, VA 23462
Contact:	Ms. Marie Maremunker
Title:	Import Buyer
Telephone:	804-497-5833
Telex/Fax:	

Company: International Design Centre
Address: 100-2nd Avenue North
Minneapolis, MN 55401
Contact: Ms. Julie Swenden
Title: Import Manager
Telephone: 612-341-3441
Telex/Fax:

Company: Krueger Inc.
Address: P.O. Box 8100
Green Bay, WI 54308
Contact: Mr. Peter McDevitt
Title: Director of Exports
Telephone: 414-468-8100
Telex/Fax: 414-468-0280 (Fax)

Company: Krueger Metal Products
Address: 1330 Bellevue
P.O. Box 8100
Green Bay, WI 54308
Contact: Mr. Leo Walter
Title: Product Manager
Telephone: 414-468-8100
Telex/Fax: 414-468-0280 (Fax)
9102631288 (Telex)

Company: New Markets Group
Address: 210 Division 3
Kingston, PA 18704
Contact: Mr. Jean Esopi
Title: President
Telephone: 717-283-2700
Telex/Fax: 717-283-1498 (Fax)

Company: Northwest Blueprint and Supply
Address: 13450 Farmington Road
Livonia, MI 48150
Contact: Mr. Dave Morrison
Title: Buyer
Telephone: 313-525-1990
Telex/Fax: 313-525-2790 (Fax)

Company: Priceless Kitchens
Address: Third & Orgen Avenue
Whitman Plaza
Philadelphia, PA 19148
Contact: Mr. Tom Wisler
Title: Store Manager
Telephone: 215-271-1077
Telex/Fax:

Company: Roma Furniture
Address: 215 Grand Street
New York, NY 10013
Contact: Ms. Tillian Ivculano
Title: Import Manager
Telephone: 212-925-8200
Telex/Fax:

Company: Scan Furniture
Address: 8679 Greenwood Place
Savage, MD 20763
Contact: Ms. Susan Fuller
Title: Buyer
Telephone: 301-953-2050
Telex/Fax:

Company: Scanworld
Address: 9315 Munroe Road
Matthews, NC 28105
Contact: Mr. Rick Mitchell
Title: Assistant Manager
Telephone: 704-847-7851
Telex/Fax: 704-847-7853 (Fax)

Company: Seaman Furniture
Address: 70 Charles Winburg Blvd.
Uniondale, NY
Contact: Ms. Maura Lynch
Title: Import Manager
Telephone: 516-222-6011
Telex/Fax: 516-745-6715 (Fax)

Company:	Serra International Inc.
Address:	9 Murray Street New York, NY 1007
Contact:	Mr. Armando Arvolante
Title:	Manager
Telephone:	212-393-1033
Telex/Fax:	212-393-1043 (Fax)

Company:	Shelby Williams Industries
Address:	P.O. Box 1028 Morristown, IN 37816-1028
Contact:	Mr. Dwain Kelly
Title:	Corporate Director of Imports/Exports
Telephone:	615-586-7000
Telex/Fax:	615-586-2260 (Fax) 557457 (Telex)

Company:	Siematic
Address:	1 Neshaminy Interplex Suite 207 Trevose, PA 19047
Contact:	Mr. Willers/Mr. Bill Baker
Title:	Vice-President/Shipping Manager
Telephone:	215-244-0700
Telex/Fax:	215-244-0711 (Fax)

Company:	Swedeline International
Address:	33081 Camino Capistrano San Juan Capistrano, CA 92675
Contact:	Mr. Toby Frick
Title:	Vice-President, Sales
Telephone:	714-661-3111
Telex/Fax:	714-240-9045 (Fax)

Company:	Tracers Furniture
Address:	612 Waverly Avenue Mamaroneck, NY 10543
Contact:	Mr. Dennis Berger
Title:	President
Telephone:	914-381-5777
Telex/Fax:	914-381-4140 (Fax)

Company:	Wallace Leisure Products
Address:	3100 West Jefferson Street Philadelphia, PA 19121
Contact:	Mr. Robert Rex
Title:	Manager of International Market
Telephone:	215-232-9900
Telex/Fax:	215-236-5999 (Fax) 4972833 (Telex)

Company:	Weiman
Address:	P.O. Box 217 Ramseur, NC
Contact:	Ms. Janet Low
Title:	Purchasing Agent
Telephone:	919-824-2324
Telex/Fax:	

SELECTED U.S. POST CONTACTS

Company: B & D Sales
Address: 1939 Commerce
Tacama, WA 98042
Contact: Mr. Evan Ritchie
Title:
Telephone: 206-627-3906
Telex/Fax:

Company: Barker Brothers
Address: 310 South Lake Street
Pasadena, CA 91101
Contact: Mr. Fred Berk
Title: President - General Buyer
Telephone: 818-796-6707
Telex/Fax:

Company: Barrows
Address: 2301 East Camelback Road
Phoenix, AZ 85016
Contact: Mr. Don Kauffman
Title: President
Telephone: 602-955-7550
Telex/Fax:

Company: Burdine's
Address: 7100 North West 32nd Ave
Miami, FL 33601
Contact:
Title:
Telephone: 305-835-5649
Telex/Fax:

Company: California Buying Services Inc.
Address: 17622 Sherman Way
Van Nuys, CA 91406
Contact: Mr. Sam Cohen
Title: General Buyer
Telephone: 818-342-1838
Telex/Fax:

Company: Contract Furniture Services
Address: 29555 Northwestern Highway
Suite 525, Southfield, MI 48034
Contact: Mr. Larry Weeks
Title:
Telephone: 313-261-4236
Telex/Fax:

Company: Contract Marketing Association
Address: I.D.C.N.Y. Center 1
30-30 Thomson Avenue
Long Island City, NY 11101
Contact:
Title:
Telephone: 718-786-3716
Telex/Fax:

Company: D & D Designs
Address: 1626 Merchandise Mart,
Chicago, IL 60654
Contact: Mr. Don Principe
Title: President
Telephone: 312-828-9466
Telex/Fax:

Company: Eagle Furniture
Address: Main and Haines Sts.
Newark, DE 19711
Contact: Mr. Gene Dempsey
Title: Buyer
Telephone: 302-654-3121
Telex/Fax:

Company: Euster Furniture
Address: 3300 North East 2nd Ave,
Miami, FL 33317
Contact:
Title:
Telephone: 305-573-3200
Telex/Fax:

Company: Gary Shames Associates
Address: 1013 Revere Avenue
New York, NY 10465
Contact: Mr. Gary Shames
Title:
Telephone: 212-823-5825
Telex/Fax:

Company: H & W Furniture Distributors
Address: 1020 Airport Way South
Seattle, WA 98134
Contact: Mr. Evan Ritchie
Title:
Telephone: 206-627-3906
Telex/Fax:

Company: Hallmark Furniture
Address: P.O. Drawer 489
Deland, FL 33721
Contact:
Title:
Telephone: 904-734-0821
Telex/Fax:

Company: Haverty's
Address: 866 West Peachtree St. N.W.
Atlanta, GA 30308
Contact:
Title:
Telephone: 404-881-1911
Telex/Fax:

Company: Home Works
Address: 1265 Veterans Blvd.
Redwood City, CA
Contact:
Title:
Telephone: 415-365-7800
Telex/Fax:

Company: IDA Stein & Associates
Address: 1659 Merchandise Mart
Chicago, IL 60654
Contact: Ms. Judyth Jacobs
Title: President
Telephone: 312-836-1005
Telex/Fax:

Company: Ivan Allen Co.
Address: 221 Ivy Street N.E.
Atlanta, GA 30303
Contact:
Title:
Telephone: 404-521-0800
Telex/Fax:

Company: Krieger Sales
Address: 19 Wycoff Way East
East Brunswick, NJ 08816
Contact: Mr. Phil Krieger
Title:
Telephone: 201-233-5702
Telex/Fax:

Company: Leone Import Export Co.
Address: P.O. Box 1009,
West Seneca, NY 14224
Contact:
Title:
Telephone: 716-674-4734
Telex/Fax: 294116

Company: Levitz
Address: 6111 Broken Sound Pkwy.
Boca Raton, FL 33431
Contact:
Title:
Telephone: 305-994-6006
Telex/Fax:

Company: Livingston's Office Environment Center
Address: 3696 Ulmerton Rd. Clearwater, FL 33520
Contact:
Title:
Telephone: 813-576-7055
Telex/Fax:

Company: Loewenstein/Oggo
Address: 1801 North Andrew Ext. P.O. Box 10396, Pompano Beach, FL 33061
Contact: Mr. Henry Weinberg
Title:
Telephone: 305-960-1100
Telex/Fax: 5104321(Telex) 305-960-0409 (Fax)

Company: Marty Rose Associates
Address: 801 Skokie Boulevard Northbrook, IL 00002
Contact: Mr. Marty Rose
Title: President
Telephone:
Telex/Fax:

Company: McMahan's Furniture Co.
Address: 2121 Wilshire Blvd. Santa Monica, CA 90403
Contact: Mr. John Robertson
Title: General Buyer
Telephone: 213-453-4461
Telex/Fax:

Company: Mercantile Trading Company
Address: 2826 Pleasant Avenue South Minneapolis, MN 55408
Contact: Mr. Jerome Kantorowicz
Title: Buyer
Telephone: 612-872-1718
Telex/Fax:

Company: Napier-Pettibon
Address: 306 East 61st Street New York, NY 10021
Contact: Ms. Jan Napier/Mr.Lee Pettibon
Title:
Telephone: 212-753-8906
Telex/Fax:

Company: P.M. Johnson Inc.
Address: 127 West Winifred Street St. Paul, MN 55107
Contact: Mr. P.M. Johnson
Title:
Telephone: 612-222-3739
Telex/Fax:

Company: Rapport International Home Furnishing
Address: 435 North La Brea Avenue Los Angeles, CA 90036
Contact: Mr. Jerry Rapport
Title: Furniture Buyer
Telephone: 213-930-1500
Telex/Fax:

Company: Rhodes
Address: 4370 Peachtree Rd. Atlanta, GA 30319
Contact:
Title:
Telephone: 404-264-4600
Telex/Fax:

Company: Rich's
Address: 45 Broad Street Atlanta, GA 30303
Contact:
Title:
Telephone: 404-449-4214
Telex/Fax:

Company: Room and Board
Address: 4600 Olson Memorial Highway
Golden Valley, MN 55422
Contact: Mr. Steve Freeman
Title: Buyer
Telephone: 612-588-7525
Telex/Fax:

Company: Scandinavian Interiors Ltd.
Address: 3701 Eubank N.E.
Albuquerque, NM 87111
Contact: Mr. Arnold Bronson
Title: President
Telephone: 505-292-2011
Telex/Fax:

Company: Stacks and Stacks
Address: 312 Clay Street
Oakland, CA
Contact:
Title:
Telephone: 415-763-0444
Telex/Fax:

Company: Terrestria
Address: 12500 Network Blvd.
Suite 409
San Antonio, TX 78249
Contact: Mr. Javier Galindo
Title: President
Telephone: 512-641-7728
Telex/Fax:

Company: The Bon Marché
Address: 3rd & Pine Street
Seattle, WA 98101
Contact: Mr. Gene Sears
Title: Merchandise Manager
Telephone: 206-344-2121
Telex/Fax:

Company: W.S. Badcock
Address: P.O. Box 497
Mulberry, FL 33860
Contact:
Title:
Telephone: 813-425-4921
Telex/Fax:

Company: Weir's Furniture Village
Address: 3219 Knox Street
Dallas, TX 75205
Contact: Mr. Mike Clubb
Title: Buyer
Telephone: 214-528-0321
Telex/Fax: 214-521-4302 (Fax)

APPENDIX 3

1986 IMPORTS OF FURNITURE

(Schedule A 821.8)

APPENDIX 3

FURNITURE

1986 Imports (thousands of U.S. dollars)

	Total U.S. Imports	Canada	Europe	Japan	Other
Total for all items in bold type which are the focus of this study	**2,891,351**	**495,978**	**1,034,103**	**74,128**	**1,287,142**
Total for all items in plain type which are relevant to the study	1,117,780	507,388	57,856	103,302	449,234

821.8 Furniture, and Parts Thereof, Nspf
1986 Imports (thousands of U.S. dollars)

Schedule A	Commodity Description	Total U.S. Imports	Canada	Europe	Japan	Other
8218012	Furniture of wicker and similar unspun fibrous vegetable materials, and parts thereof	156,329	0	1,189	76	155,064
8218015	Furniture designed for motor-vehicle use, and parts thereof	762,983	489,122	18,609	102,786	152,466
8218025	Altars, pulpits, communion tables, baptismal fonts, shrines, etc., for institutions	4,143	528	3,108	145	362
8218045	Furniture of bentwood, and parts thereof	10,508	0	116	0	10,392
8218055	Folding chairs of wood, nspf	19,202	81	4,230	120	14,771
8218065	**Nonfolding chairs of wood, nspf**	**331,651**	**21,166**	**110,350**	**1,021**	**199,114**
8218070	**Furniture of wood, nspf**	**1,359,868**	**192,241**	**493,876**	**26,832**	**646,919**
8218075	Furniture parts of wood, nspf	164,615	17,657	30,604	175	116,179
8218090	**Furniture, and parts thereof, nspf**	**1,199,832**	**282,571**	**429,877**	**46,275**	**441,109**

APPENDIX 4

1986 U.S. IMPORTS OF SELECTED FURNITURE FROM EUROPE AND JAPAN BY COUNTRY

1986 U.S. IMPORTS OF FURNITURE FROM EUROPE AND JAPAN BY COUNTRY

(thousands of U.S. dollars)

COUNTRY	SCHEDULE A			TOTAL	%
	8218065	8218070	8218090		
Belgium-Luxembourg	1,002	21,863	4,537	27,402	0.9
Denmark	21,574	145,531	18,158	185,263	6.4
Finland	591	5,179	1,081	6,851	0.2
France	3,801	19,518	29,389	52,708	1.8
Italy	51,992	122,248	192,281	366,521	12.7
Netherlands	684	5,566	9,022	15,272	0.5
Norway	3,270	3,525	12,568	19,363	0.7
Spain	9,990	12,484	4,525	26,999	0.9
Sweden	2,067	22,120	10,045	34,232	1.2
Switzerland	406	1,016	19,379	20,801	0.7
United Kingdom	7,292	45,803	27,166	80,261	2.8
West Germany	7,681	89,023	101,726	198,430	6.9
Total for Europe	110,350	493,876	429,877	1,034,103	35.7
Japan	1,021	26,832	46,275	74,128	2.6
Total for Europe and Japan	111,371	520,708	476,152	1,108,231	38.3
Total Imports	331,651	1,359,868	1,199,832	2,891,351	

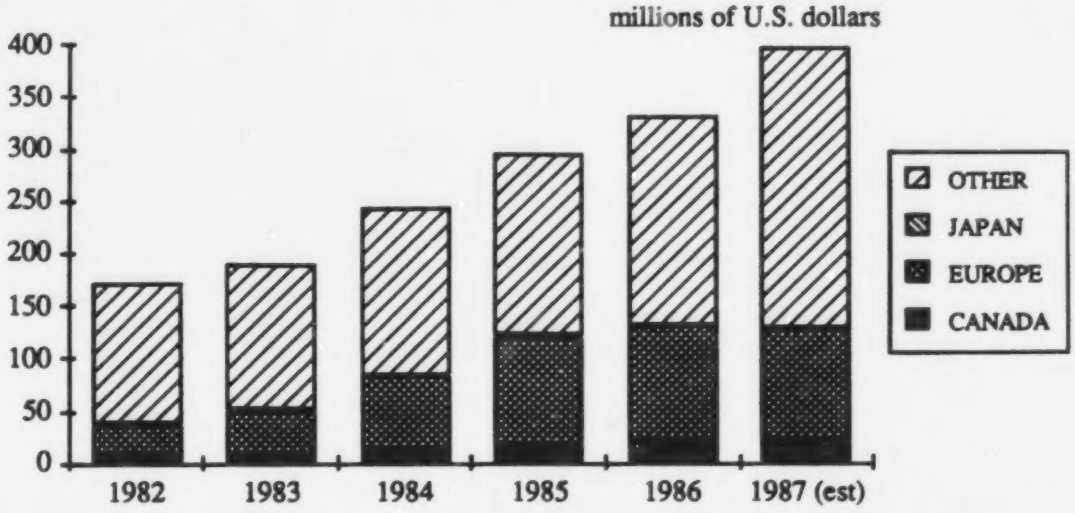
APPENDIX 5

1982 - 1987 U.S. IMPORTS OF SELECTED FURNITURE

U.S. IMPORTS OF SELECTED FURNITURE

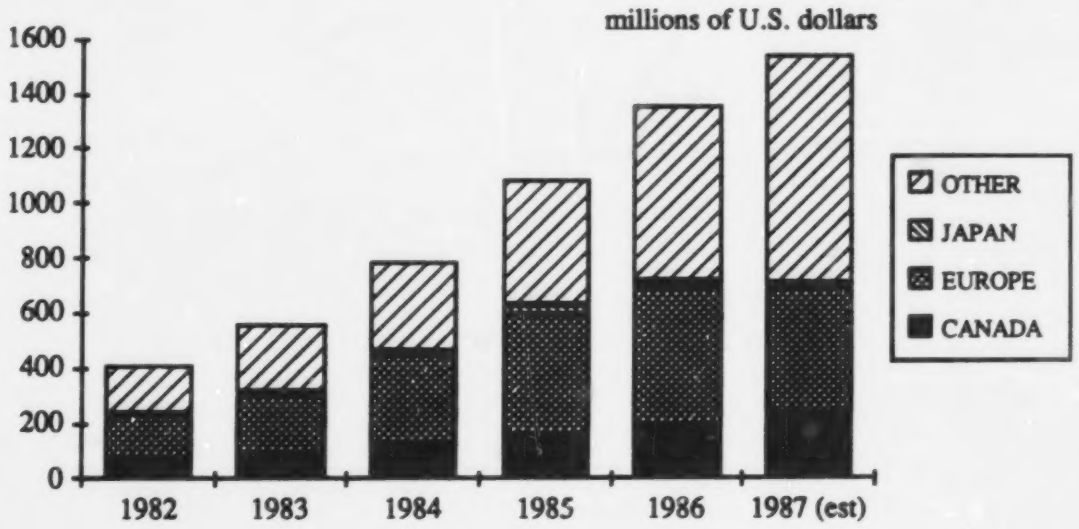
NONFOLDING CHAIRS OF WOOD, NSPF

SCHEDULE A 8218065



FURNITURE OF WOOD, NSPF

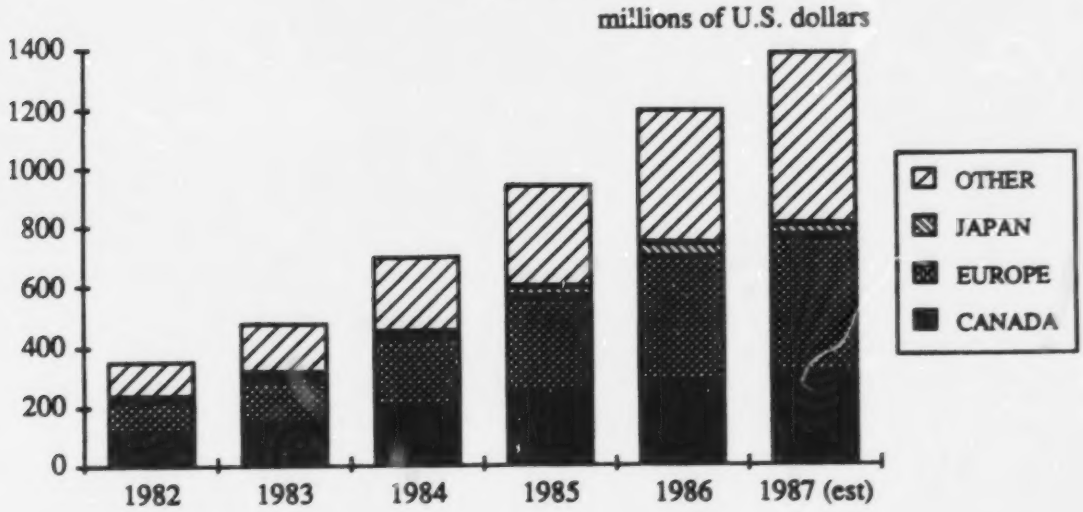
SCHEDULE A 8218070



U.S. IMPORTS OF SELECTED FURNITURE
(Continued)

FURNITURE AND PARTS THEREOF, NSPF

SCHEDULE A 8218090



APPENDIX 6

CURRENT U.S. TARIFFS ON CANADIAN FURNITURE AND SCHEDULE FOR THEIR REMOVAL UNDER THE FREE TRADE AGREEMENT

TARIFF ELIMINATION

1. Except as otherwise provided in this Agreement, each Party shall progressively eliminate its customs duties on goods originating in the territory of the other Party in accordance with the following schedule:

   A. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category A in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be eliminated entirely and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1989;

   B. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category B in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be removed in five equal annual stages commencing on January 1, 1989, and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1993; and

   C. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category C in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be removed in ten equal annual stages commencing on January 1, 1989, and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1998.

2. Except as otherwise provided in this Agreement, goods originating in the territory of the other Party that are provided for in each of the items designated as staging category D in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall continue to receive existing duty-free treatment indicated therein for such goods.

Item	Article description	Base rate	Staging Category
	SECTION XX		
	MISCELLANEOUS MANUFACTURED ARTICLES		
	CHAPTER 94		
	FURNITURE; BEDDING, MATTRESSES, MATTRESS SUPPORTS, CUSHIONS AND SIMILAR STUFFED FURNISHINGS; LAMPS AND LIGHTING FITTINGS, NOT ELSEWHERE SPECIFIED OR INCLUDED; ILLUMINATED SIGNS, ILLUMINATED NAMEPLATES AND THE LIKE; PREFABRICATED BUILDINGS		
9401	Seats (other than those of heading 9402), whether or not convertible into beds, and parts thereof:		
9401.10	Seats of a kind used for aircraft:		
9401.10.40	Leather upholstered	4%	B
9401.10.80	Other:		
A	If certified for use in civil aircraft (see additional U.S. note 1, chapter 88)	Free	D
B	Other	4%	B
9401.20.00	Seats of a kind used for motor vehicles:		
A	Original motor-vehicle equipment (see additional U.S. note 1, chapter 87)	Free	D
B	Other	3.1%	B
9401.30	Swivel seats with variable height adjustment:		
9401.30.40	With wooden frame	5.3%	B
9401.30.80	Other	4%	B
9401.40.00	Seats other than garden seats or camping equipment, convertible into beds	3.2%	B
9401.50.00	Seats of cane, osier, bamboo or similar materials	7.5%	B
	Other seats, with wooden frames:		
9401.61	Upholstered:		
	Chairs:		
9401.61.20	Of teak	3.4%	B
9401.61.40	Other	5.3%	B
9401.61.60	Other	2.5%	B
9401.69	Other:		
9401.69.20	Bent-wood seats	6.6%	B
	Other:		
	Chairs:		
9401.69.40	Of teak	3.4%	B
9401.69.60	Other	5.3%	B
9401.69.80	Other	2.5%	B
	Other seats, with metal frame:		
9401.71.00	Upholstered	4%	B
9401.79.00	Other	4%	B
9401.80	Other seats:		
	Of rubber or plastics:		
9401.80.20	Of reinforced or laminated plastics	6%	B
9401.80.40	Other	2.4%	B
9401.80.60	Other	4%	B

Item	Article description	Base rate	Staging Category
9401 (con.)	Seats, etc. (con.):		
9401.90	Parts:		
9401.90.10	Of seats of a kind used for motor vehicles:		
A	Original motor-vehicle equipment (see additional U.S. note 1, chapter 87).....	Free	D
B	Other.....	3.1%	B
9401.90.15	Of bent-wood seats.....	6.6%	B
	Other:		
9401.90.25	Of cane, osier, bamboo or similar materials.	7.5%	B
9401.90.35	Of rubber or plastics.....	2.4%	B
9401.90.40	Of wood.....	5.3%	B
9401.90.50	Other.....	4%	B
9402	Medical, surgical, dental or veterinary furniture (for example, operating tables, examination tables, hospital beds with mechanical fittings, dentists' chairs); barbers' chairs and similar chairs, having rotating as well as both reclining and elevating movements; parts of the foregoing articles:		
9402.10.00	Dentists', barbers' or similar chairs and parts thereof.....	3.9%	B
9402.90.00	Other.....	5.3%	B
9403	Other furniture and parts thereof:		
9403.10.00	Metal furniture of a kind used in offices.....	4%	B
9403.20.00	Other metal furniture:		
A	If certified for use in civil aircraft (see additional U.S. note 1, chapter 88).....	Free	D
B	Original motor-vehicle equipment (see additional U.S. note 1, chapter 87).....	Free	D
C	Other.....	4%	B
9403.30	Wooden furniture of a kind used in offices:		
9403.30.40	Bent-wood furniture.....	6.6%	B
9403.30.80	Other.....	2.5%	B
9403.40	Wooden furniture of a kind used in the kitchen:		
9403.40.40	Bent-wood furniture.....	6.6%	B
	Other:		
9403.40.60	Designed for motor vehicle use:		
A	Original motor-vehicle equipment (see additional U.S. note 1, chapter 87)....	Free	D
B	Other.....	3.1%	B
9403.40.90	Other.....	2.5%	B
9403.50	Wooden furniture of a kind used in the bedroom:		
9403.50.40	Bent-wood furniture.....	6.6%	B
	Other:		
9403.50.60	Designed for motor vehicle use:		
A	Original motor-vehicle equipment (see additional U.S. note 1, chapter 87)....	Free	D
B	Other.....	3.1%	B
9403.50.90	Other.....	2.5%	B
9403.60	Other wooden furniture:		
9403.60.40	Bent-wood furniture.....	6.6%	B

Item	Article description	Base rate	Staging Category
9403 (con.)	Other furniture and parts thereof (con.):		
9403.60 (con.)	Other wooden furniture (con.):		
9403.60.80	Other:		
A	Original motor-vehicle equipment (see additional U.S. note 1, chapter 87).....	Free	D
B	Other.....	2.5%	B
9403.70	Furniture of plastics:		
9403.70.40	Of reinforced or laminated plastics:		
A	If certified for use in civil aircraft (see additional U.S. note 1, chapter 88).....	Free	D
B	Original motor-vehicle equipment (see additional U.S. note 1, chapter 87).....	Free	D
C	Other.....	6%	B
9403.70.80	Other:		
A	If certified for use in civil aircraft (see additional U.S. note 1, chapter 88).....	Free	D
B	Original motor-vehicle equipment (see additional U.S. note 1, chapter 87).....	Free	D
C	Other.....	2.4%	B
9403.80	Furniture of other materials, including cane, osier, bamboo or similar materials:		
9403.80.30	Of cane, osier, bamboo or similar materials.....	7.5%	B
9403.80.60	Other:		
A	Original motor-vehicle equipment (see additional U.S. note 1, chapter 87).....	Free	D
B	Other.....	4%	B
9403.90	Parts:		
9403.90.10	Of furniture of a kind used for motor vehicles:		
A	Original motor-vehicle equipment (see additional U.S. note 1, chapter 87).....	Free	D
B	Other.....	3.1%	B
	Other:		
9403.90.25	Of cane, osier, bamboo or similar materials.....	7.5%	B
	Of rubber or plastics:		
9403.90.40	Of reinforced or laminated plastics....	6%	B
9403.90.50	Other.....	2.4%	B
9403.90.60	Of texile material, except cotton.....	7%	B
9403.90.70	Of wood.....	5.3%	B
9403.90.80	Other.....	4%	B

APPENDIX 7

COUNTRIES OF ORIGIN AND RESPONDENTS' LEVEL OF SATISFACTION

FURNITURE

COUNTRIES OF ORIGIN AND RESPONDENTS' LEVEL OF SATISFACTION

COUNTRY or REGION	LEVEL OF SATISFACTION 1	2	3	4	5	TOTAL RESPONDENTS	AVERAGE
Belgium				1		1	4.00
Canada			1	1		2	3.50
China		1			2	3	4.00
Denmark			1	4	4	9	4.33
Europe				2	1	3	4.33
Finland				2		2	4.00
France		1	1	1		3	3.00
Hong Kong				1		1	4.00
Israel				1	1	2	4.50
Italy		1	6	8	11	26	4.12
Malaysia					1	1	5.00
Mexico		1				1	2.00
Netherlands			1	1		2	3.50
Norway				2		2	4.00
Pacific Rim				1		1	4.00
Philippines				1	1	2	4.50
Romania				1		1	4.00
Scandinavia				3	1	4	4.25
Singapore					2	2	5.00
South Korea					1	1	5.00
Spain			1	1	1	3	4.00
Sweden				1	2	3	4.67
Switzerland					1	1	5.00
Taiwan			1	3	4	8	4.38
United Kingdom					4	4	5.00
West Germany			2	8	3	13	4.08
Worldwide			1	1		2	3.50
Yugoslavia			1		1	2	4.00
TOTAL	0	4	16	44	41	105	

levels of satisfaction:

1 = low
2 = somewhat low
3 = neutral
4 = somewhat high
5 = high

APPENDIX 8

U.S. INDUSTRY TRADE FAIRS AND PUBLICATIONS

MAJOR FURNITURE TRADE FAIRS

TRADE FAIR	LOCATION	WHEN HELD	SPONSOR	CONTACT
Atlanta Furniture Market	Atlanta, Georgia	January/July	Atlanta Merchandise Mart (404) 658-5641	Mr. Tom Fulghum
Dallas Furniture Market	Dallas, Texas	January/July	Dallas Trade Center (214) 655-6100	Mr. Michael Parks
International Furniture Market	High Point, North Carolina	April/October	Southern Furniture Market Centre (919) 889-6144	Mr. Bruce Miller Mr. Tom Tooney
Southern Furniture Market	High Point, North Carolina	April/October	Furniture Factories Marketing Association of the South (919) 889-0203	Mr. Rick Barentine
San Francisco Furniture Market	San Francisco, California	January/July	Western Merchandise Mart (415) 552-2311	N/A
Designer's Saturday	New York, New York	October	Designer's Saturday Association (718) 937-7474	Ms. Cathy Scanlon
NEOCON	Chicago, Illinois	June	Merchandise Mart (312) 527-4141	N/A

PUBLICATIONS

Competitivedge. 220 W. Gerry Drive, Wood Dale, IL 60691.
Contact: Ms. Barbara Weatken, Editor (312) 595-0200

Furniture Today. High Point, NC.
Contact: Mr. Bill Petersen, Editor (919) 889-0133

Furniture World. 530 Fifth Avenue, Palham, NY 10803.
Contact: Mr. Martin Bienenstock, Publisher (914) 738-6744.

Home Furnishings Daily. Fairchild Publications, 209 South Main, Suite 1220, High Point, NC 27220.
Contact: Mr. Jeff Greisch, Furniture Marketing Director, (New York) (212) 741-8388.

Professional Furniture Merchant. 180 Allen Road, Suite 300, South Atlanta, GA 30328.
Contact: Ms. Marilyn Singleton, Editor (404) 252-8831.

APPENDIX 9

MARKET RESEARCH CHECKLIST
AND
MARKETING ANALYSIS CHECKLIST

MARKETING RESEARCH CHECKLIST

1. Market Identification/Size/Geographics
2. Competition/Market Share
3. Product Suitability
4. Demographics
5. Tariff Barriers
6. Non-Tariff Barriers
7. Market Opportunities
8. Economic Climate
9. Political Stability
10. Business Practices
11. Government Interference with Business and Society
12. Language Barriers
13. Competitor/s:
    - Prices
    - Sales Method
    - Distribution Method
    - Advertising Method
    - Literature/Brochures
    - Service Method
    - Delivery Time
14. Appropriate Trade Shows
15. Patents/Copyrights/Licensing

MARKETING ANALYSIS CHECKLIST

1. Product Acceptability?
2. Product Advantages?
3. Sufficient Potential Volume?
4. Adequate Plant Capacity?
5. Adequate Export Financing?
6. Sufficent Availability of Raw Goods?
7. Compliance with all Export Markets: Rules/Regulations/Labels/NTBs?
8. Ability to Provide Satisfactory Servicing Requirements in Export Market?
9. Compliance with Legal Needs (e.g. Incorporation)?
10. Availability of Suitable Banking Facilities in Export Market?
11. Stability of Economic and Political Climate in Export Market?
12. Availability of Adequate Warehousing?
13. Adequate Shipping/Transport Facilities in Export Market?
14. Suitable Sales/Distribution Methods Available in Export Market ?

APPENDIX 10

CANADIAN GOVERNMENT TRADE CONTACTS IN CANADA AND THE U.S.

CANADIAN GOVERNMENT TRADE CONTACTS IN CANADA

U.S. Marketing Officer for this Sector
Department of External Affairs (UTD)
125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario, K1A 0G2
Telephone: 613-993-7343/613-993-5911
Telex: 0533745
Fax: 613-996-9103

British Columbia
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
P.O. Box 11610
900 - 650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver, B.C.
V6B 5H8
Tel: 604-666-0434
Telex: 04-51191
Fax: 604-666-8330

Saskatchewan
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
6th Floor
105 - 21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: 306-975-4353
Telex: 074-2742
Fax: 306-975-5334

Manitoba
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Suite 608
330 Portage Avenue
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tel: 204-983-2097
Telex: 07-57624
Fax: 204-983-2187

Alberta
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
The Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
Edmonton, Alberta
T5J 3S3
Tel: 403-420-2944
Telex: 037-2762
Fax: 403-420-4507

International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Harry Hays Building
Suite 630
220 - 4th Avenue SE
Calgary, Alberta
T2P 3C3
Tel: 403-292-4575
Fax: 403-292-4578

Ontario
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Tel: 416-973-5000
Telex: 065-24378
Fax: 416-973-8714

Quebec
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Stock Exchange Tower
800 Victoria Square
Room 3800, P.O. Box 247
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Tel: 514-283-6796
Telex: 055-60768
Fax: 514-283-3302

International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
112 Dalhousie Street
Quebec, Quebec
G1K 4C1
Tel: 418-648-2506
Fax: 418-648-7291

Prince Edward Island
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Tel: 902-566-7400
Telex: 014-44129
Fax: 902-566-7450

Northwest Territories
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
10th Floor
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: 403-920-8575
Fax: 403-873-6228

New Brunswick
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Assumption Place
770 Main Street
P.O. Box 1210
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Tel: 506-857-6452
Telex: 014-2200
Fax: 506-857-6429

Nova Scotia
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: 902-426-7540
Telex: 019-22525
Fax: 902-426-2624

Newfoundland
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: 709-772-5511
Telex: 016-4749
Fax: 709-772-5093

Yukon
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Suite 301
108 Lambert St.
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: 403-668-4655
Fax: 403-668-5003

CANADIAN GOVERNMENT TRADE COMMISSIONER OFFICES IN THE UNITED STATES

Washington
Canadian Embassy
The Trade Promotion and Market Access Section is located at the Sheridan Circle Chancery of the Canadian Embassy
2450 Massachusetts Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20008-2881
Tel: 202-483-5505
Fax: 202-239-2009
Telex: 0089664 (DOMCAN A WASH)
Territory: Washington, D.C., Maryland Delaware, Eastern Pennsylvania (including Philadelphia), and Virginia

Atlanta
Canadian Consulate General
400 South Tower
One CNN Center
Atlanta, Georgia 30303-2705
Tel: 404-577-6810
Fax: 404-524-5046
Telex: 054-2676 (DOMCAN ATL)
Territory: Alabama, Florida, Georgia, Mississippi, North Carolina, South Carolina, Tennessee, Puerto Rico, U.S. Virgin Islands

Boston
Canadian Consulate General
Three Copley Place, Suite 400
Boston, Massachusetts 02116
Tel: 617-262-3760
Fax: 617-262-3415
Telex: 94-0625 (DOMCAN BSN)
Territory: States of Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island, Vermont,
Other Countries: Saint-Pierre-et-Miquelon

Buffalo
Canadian Consulate
One Marine Midland Center
Suite 3550
Buffalo, New York 14203-2884
Tel: 716-852-1247
Fax: 716-852-1247
Telex: 0091329 (DOMCAN BUF)
Territory: Western, Central and Upstate New York

Chicago
Canadian Consulate General
310 South Michigan Avenue, 12th Floor
Chicago, Illinois 60604-4295
Tel: 312-427-1031
Fax: 312-922-0637
Telex: 00254171 (DOMCAN CGO)
Territory: Illinois, Missouri, Wisconsin, the Quad-City region of Iowa

Cleveland
Canadian Consulate
Illuminating Building, Suite 1008
55 Public Square
Cleveland, Ohio 44113-1983
Cable: CANADIAN CLEVELAND
Tel: 216-771-0150
Fax: 216-771-1688
Telex: 00985364 (DOMCAN CLV)
Territory: States of Kentucky, Ohio, West Virginia, Western Pennsylvania

Dallas
Canadian Consulate General
St. Paul Place, Suite 1700
750 N. St. Paul Street
Dallas, Texas 75201-9990
Cable: CANADIAN DALLAS
Tel: 214-922-9806
Fax: 214-922-9811
Telex: 00732637 (DOMCAN DAL)
Territory: States of Texas, Arkansas, Kansas, Louisiana, New Mexico, Oklahoma

Detroit
Canadian Consulate General
600 Renaissance Centre
Suite 1100
Detroit, Michigan 48243-1704
Cable: CANADIAN DETROIT
Tel: 313-567-2340
Fax: 313-567-2164
Telex: 230715 (DOMCAN DET)
Territory: City of Toledo, States of Michigan and Indiana

Los Angeles
Canadian Consulate General
300 South Grand Avenue, 10th Floor
California Plaza
Los Angeles, California 90071
Tel: 213-687-7432
Fax: 213-520-8827
Telex: 00674119 (DOMCAN LSA)
Territory: States of Arizona, California, Clark County in Nevada

Minneapolis
Canadian Consulate General
701 Fourth Avenue South
Minneapolis, Minnesota 55415-1078
Tel: 612-333-4641
Fax: 612-332-4061
Telex: 29-0229 (DOMCAN MPS)
Territory: States of Iowa, Nebraska, Minnesota, North Dakota, South Dakota, Montana

New York
Canadian Consulate General
1251 Avenue of the Americas
New York, N.Y. 10020-1175
Cable: CANTRACOM NEW YORK CITY
Tel: 212-586-2400
Fax: 212-246-7424
Telex: 62014481 (DOMCAN NYK)
Territory: States of Connecticut, New Jersey, Southern New York
Other Countries: Bermuda

San Francisco
Canadian Consulate General
50 Fremont Street, Suite 2100
San Francisco, California 94105
Tel: 415-495-6021
Fax: 415-541-7708
Telex: 34321 (DOMCAN SFO)
62014485 (Easylink)
Territory: States of California (except the 10 southern counties), Colorado, Hawaii, Nevada (except Clark County), Utah, Wyoming

Seattle
Canadian Consulate General
412 Plaza 600, Sixth and Stewart
Seattle, Washington 98101-1286
Tel: 206-443-1777
Fax: 206-443-1782
Telex: 032-8762 (DOMCAN SEA)
Territory: States of Alaska, Idaho, Oregon, Washington

Études sur les débouchés canadiens aux États-Unis

Meubles

Affaires extérieures Canada
External Affairs Canada
Canada

COPIE 21-11-88

ÉTUDES SUR LES DÉBOUCHÉS CANADIENS AUX ÉTATS-UNIS

MEUBLES

NOVEMBRE 1988

GROUPE CONSEIL PEAT MARWICK
OTTAWA

Pour obtenir d'autres exemplaires de la présente brochure, veuillez en faire la demande en écrivant ou en téléphonant au :

Info Export (BTCE)
Ministère des Affaires extérieures
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

1-800-267-8376

Ottawa : (613) 993-6435

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1988

N° de cat. E73-7/29-1988

ISBN 0-662-56002-7

Affaires extérieures Canada

External Affairs Canada

Le présent rapport a été rédigé par une équipe d'experts-conseils du Groupe Conseil Peat Marwick pour le compte du ministère des Affaires extérieures. L'analyse et les conclusions appartiennent donc à Peat Marwick et non au ministère des Affaires extérieures.

Le Groupe Conseil Peat Marwick et le ministère des Affaires extérieures suggèrent aux entreprises de ne pas utiliser le présent rapport comme seule source de référence pour mesurer le potentiel des débouchés identifiés. Chaque entreprise doit faire ses propres analyses et recherches pour vérifier l'étendue du créneau et les références de l'acheteur. Le ministère des Affaires extérieures n'en est pas moins disposé à offrir des conseils et des avis aux sociétés désireuses de profiter des perspectives mises en évidence dans l'étude ou que le marché semble leur offrir.

ÉTUDES SUR LES DÉBOUCHÉS CANADIENS AUX ÉTATS-UNIS

MEUBLES

TABLE DES MATIÈRES

		PAGE
SOMMAIRE		1
I -	OBJECTIFS DE L'ÉTUDE	3
II -	CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK	4
III -	IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE MEUBLES	6
	Définition du secteur	6
	Importations américaines 1982 - 1987	7
	Perspectives de l'industrie américaine	8
IV -	ÉTUDE DE MARCHÉ	11
	Enquête auprès d'importateurs américains	11
	Enquête auprès d'associations américaines	14
V -	CONTEXTE	16
	Méthodologie	17

ANNEXES

Annexe 1	Importateurs américains qui recherchent des fournisseurs de produits particuliers	21
Annexe 2	Importateurs américains qui recherchent des sources d'approvisionnement	29
Annexe 3	Importations de meubles en 1986	37
Annexe 4	Importations américaines de certains meubles d'Europe et du Japon, par pays, 1986	41
Annexe 5	Importations américaines de certains meubles, 1982 à 1987	43
Annexe 6	Tarifs douaniers des États-Unis applicables aux meubles canadiens et liste des droits de douane éliminés en vertu de l'Accord de libre-échange	47
Annexe 7	Pays d'origine des fournisseurs et degré de satisfaction des répondants	53
Annexe 8	Publications et foires commerciales de l'industrie américaine	55
Annexe 9	Listes de contrôle : analyse de marché et étude de marché	59
Annexe 10	Services commerciaux du gouvernement canadien au Canada et aux États-Unis	63

SOMMAIRE

Ce rapport traite de l'un des quelque 80 secteurs examinés dans le cadre d'une vaste étude commandée par la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement avec les États-Unis, du ministère des Affaires extérieures. L'objectif de la présente étude est de fournir une indication préliminaire des possibilités qui s'offrent d'accroître les exportations canadiennes aux États-Unis. Les constatations de chaque rapport se fondent sur une analyse des statistiques commerciales des États-Unis et sur un sondage limité mené auprès d'importateurs et d'associations professionnelles des États-Unis représentant un large éventail de l'industrie américaine.

Chaque rapport vise à aider les sociétés canadiennes à recenser des débouchés qui pourraient justifier une étude plus approfondie. Les rapports n'analysent pas les industries canadiennes d'exportation ou leur compétitivité au plan international, mais ils fournissent d'autres types de renseignements qui devraient s'avérer utiles. Chaque rapport fournit par exemple des renseignements sur les sociétés qui se sont montré intéressées à trouver de nouvelles sources d'approvisionnement; certaines des informations données sont très spécifiques. Chaque rapport contient également des renseignements sur la taille et les parts du marché américain des importations, ainsi que sur les publications professionnelles et les foires commerciales que les sociétés recensées ont jugé les plus utiles. Les divers rapports de la série devraient intéresser tout particulièrement les petites et moyennes sociétés canadiennes qui n'exportent pas encore ou qui aimeraient accroître le niveau de leurs exportations aux États-Unis.

L'industrie du meuble est l'un des secteurs examinés par cette étude. Un sondage a été mené auprès des importateurs américains de meubles pour déterminer les répercussions de la dévaluation du dollar américain et les éventuels débouchés s'offrant à l'industrie canadienne. Les résultats du sondage sont significatifs : plus de 90 % des répondants ont déclaré que la dévaluation du dollar américain avait fait augmenter le coût de leurs importations de meubles. Conséquemment, la plupart d'entre eux se sont dits intéressés à en connaître davantage sur les fournisseurs canadiens susceptibles d'offrir des substituts aux coûteuses importations actuelles. Les importateurs ont signalé qu'ils préféraient recevoir de l'information au sujet des sociétés canadiennes par courrier ou aux foires commerciales. Le prix et la qualité président à la décision de l'importateur d'acheter à l'étranger.

Le présent rapport contient des renseignements sur les entreprises américaines qui recherchent de nouveaux fournisseurs de meubles de tous les genres ainsi que sur celles qui recherchent des produits particuliers. Il présente également la liste des foires et publications les plus populaires dans l'industrie américaine.

L'enquête menée auprès d'associations industrielles américaines a notamment révélé que les fabricants canadiens de meubles sont considérés comme des fournisseurs fiables sur le marché américain. Les associations estiment que les produits canadiens sont compétitifs avec les produits américains. Les fabricants canadiens ont peut-être une avance sur leurs concurrents dans le secteur des meubles rembourrés; de plus, ils offrent des modèles très recherchés (par exemple, des modèles d'inspiration européenne) ainsi que des gammes de modèles adaptables.

I - OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Ce document fait partie d'une série de rapports couvrant quelque 80 secteurs manufacturiers. Ces rapports, préparés par Peat Marwick, ont été commandés par la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement avec États-Unis, du ministère des Affaires extérieures. La série vise à donner une indication préliminaire des débouchés qui nous sont déjà offerts aux États-Unis en raison de la montée du coût des importations étrangères. Les renseignements fournis sur la nature et la taille du marché des importations américaines ainsi que les informations données sur le marché et la commercialisation devraient aider les sociétés canadiennes à déterminer si une étude plus approfondie de certains débouchés est justifiée et, dans l'affirmative, à entreprendre un tel suivi. Il est probable que les rapports intéresseront tout particulièrement les petites et moyennes sociétés canadiennes qui n'exportent pas encore ou qui aimeraient accroître leurs exportations aux États-Unis.

Chaque rapport sectoriel identifie les principaux produits que les États-Unis importent depuis des pays développés, explore l'effet de la dévaluation du dollar américain sur le prix de ces importations, et indique lesquels de ces produits pourraient donner à nos fournisseurs de meilleures possibilités d'exportations aux États-Unis. Les statistiques du département américain du Commerce, sur lesquelles se fonde l'examen des exportations des États-Unis, ne correspondent pas toujours aux définitions que nous donnons aux mêmes secteurs de production. Quelques rapports montrent donc certaines différences entre les produits qui y sont analysés et les produits qui sont communément englobés dans le secteur pertinent. Mais tous les rapports définissent les produits qu'ils recouvrent de sorte que ces différences puissent être identifiées et prises en compte.

Le rapport donne certaines informations préliminaires sur l'exportation qui pourraient être utiles aux fabricants canadiens, énumère les foires commerciales et les publications professionnelles que préfèrent les exportateurs américains, examine les perceptions que les importateurs américains se font de l'incidence que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis aura sur leurs achats de produits canadiens, et donne les listes tarifaires pertinentes montrant les étapes de mise en application de l'Accord de libre-échange. Ces rapports ne contiennent aucune analyse des industries canadiennes d'exportation ou de leur compétitivité au plan international. Pour obtenir des renseignements spécifiques sur des débouchés offerts à leurs produits, les sociétés canadiennes sont invitées à contacter la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement avec les États-Unis, ou un délégué commercial du Canada aux États-Unis. (Les adresses sont données à la dernière annexe).

II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK SUR L'INDUSTRIE AMÉRICAINE DU MEUBLE

Malgré le faible taux de croissance prévu dans l'industrie américaine du meuble au cours des prochaines années, il semble que les fabricants canadiens de meubles aient de bonnes chances d'accroître leur part du marché des importations américaines qui s'élève à plus de trois milliards de dollars US. Les principaux concurrents du Canada (en ce qui a trait aux pays d'Europe et au Japon) dans ce marché sont l'Italie, l'Allemagne, le Danemark et le Japon. Cependant, l'appréciation de la monnaie de ces pays par rapport au dollar américain contraindra peut-être les entreprises américaines à changer de fournisseurs. Certes, les importations d'Allemagne de l'Ouest, du Danemark et du Japon ont baissé au cours du premier semestre de 1987 en comparaison des niveaux enregistrés en 1986.

Les résultats de l'enquête menée auprès d'importateurs américains au début de 1988 confirment cette observation. Plus de 90 % des répondants signalent que le prix de leurs importations avait augmenté à cause de la dévaluation du dollar américain et montrent de l'intérêt pour les fournisseurs canadiens. Les incidences de l'Accord de libre-échange sont incertaines car une forte proportion des acheteurs n'en ont pas étudié les répercussions éventuelles. Environ 10 % des répondants ont cependant dit qu'ils augmenteraient leurs achats de meubles canadiens si l'Accord était conclu.

Les importateurs américains préfèrent se renseigner sur les entreprises canadiennes au moyen de brochures et de listes de produits publiées par le fabricant ainsi qu'au moyen d'entretiens lors de foires commerciales. La participation aux foires est d'importance critique car la plupart des répondants fondent leurs décisions d'achat notamment sur les renseignements recueillis lors de ces manifestations. Le prix et la qualité des meubles sont des facteurs clés qui incitent les entreprises américaines à acheter un produit importé plutôt qu'un produit américain.

D'après les résultats de l'enquête menée auprès d'associations américaines qui sont liées à l'industrie du meuble, l'industrie estime que les produits canadiens sont compétitifs sur le marché américain et que les points forts des fabricants canadiens sont le secteur des meubles rembourrés et la diversité des modèles qu'ils offrent. La plupart des répondants croient que l'Accord de libre-échange aura peu d'effet sur l'industrie américaine du meuble.

Notre enquête a permis de mettre en évidence certains créneaux pour les fabricants canadiens. On recherche des fournisseurs de chaises de salle à dîner, de tables d'appoint, de sièges rembourrés de style moderne, de tables de salle à dîner en marbre, de piètements de table, de sièges de bureau et de meubles pour enfants. L'annexe 1 donne des renseignements sur les entreprises qui recherchent ces produits. L'annexe 2 contient la liste des sociétés qui voudraient recevoir des renseignements additionnels sur les fournisseurs canadiens de meubles.

Le ministère des Affaires extérieures recommande aux sociétés canadiennes qui envisagent de contacter une société américaine de consulter d'abord le délégué commercial du bureau le plus rapproché de cette société afin d'obtenir des conseils, de l'aide et des renseignements complémentaires. La liste des services commerciaux du gouvernement canadien au Canada et aux États-Unis est présentée à l'annexe 10.

La «Ontario Furniture Manufacturers Association», «Furniture West» et l'Association des fabricants de meubles du Québec recommandent que les entreprises canadiennes élaborent un plan de commercialisation de leurs exportations avant de communiquer avec les sociétés américaines désignées à l'annexe 1 ou l'annexe 2. Une liste de contrôle pour les études de marché et une liste de contrôle pour les analyses de marché sont présentées à l'annexe 9 pour aider les fabricants à élaborer ce plan. Pour plus de renseignements et de conseils, les fabricants peuvent communiquer avec les associations susmentionnées.

III - IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE MEUBLES

Ce chapitre fournit de l'information sur les tendances et niveaux récents des importations américaines, ainsi qu'un sommaire des perspectives à court terme pour ce secteur. Lorsque les définitions du secteur varient entre ces diverses sources, ou qu'elles ne concordent pas avec celles qui sont généralement utilisées au Canada, ces différences sont notées, avec leurs incidences connues. Pour rendre l'information plus utile, nous mentionnons également les produits du secteur visés par le rapport ainsi que la façon dont ils ont été choisis.

DÉFINITION DU SECTEUR

Les produits visés par ce rapport ont été choisis selon la valeur en douane des importations américaines depuis le Japon, l'Europe et le Canada, telles que déclarées par le département américain du Commerce (USDOC). Par conséquent, les définitions du secteur utilisées par le département ont effectivement défini les produits (pouvant être choisis) pour ce rapport. Le choix des produits s'est fait en examinant d'abord tous les grands groupements de produits de l'USDOC, exprimés par des codes à 4 chiffres (i.e. meubles et pièces de meubles (Annexe A 821.8)). Lorsque les importations combinées depuis le Japon, l'Europe et le Canada étaient importantes, l'Annexe des produits a été raffinée au niveau plus détaillé et spécifique du code à 7 chiffres (i.e. meubles en bois, n.d.a.* (Annexe A 8218070)).

L'annexe 3 montre les importations américaines (1986) de tous les produits à 7 chiffres ou groupes de produits de la catégorie à 4 chiffres choisis pour le présent rapport. Les produits ou groupements de produits dont les importations combinées depuis le Japon, l'Europe et le Canada ont représenté plus de 80 millions de dollars US en 1986 ont été identifiés pour une analyse plus poussée. Après consultation avec les représentants du gouvernement et de l'industrie connaissant bien ce secteur, d'autres produits et groupes de produits ne répondant pas aux critères susmentionnés ont été ajoutés à notre liste lorsqu'ils semblaient avoir un grand intérêt commercial. Certains produits et groupes de produits ont été éliminés puisqu'ils ne présentaient pas un intérêt commercial suffisant. Le chapitre V (Contexte) donne d'autres renseignements sur ce processus de sélection. Étant donné les raffinements apportés aux définitions du secteur et d'autres ajustements, il pourrait y avoir certaines différences entre nos chiffres et ceux du rapport sommaire publié en juin 1988. Dans ce cas, il faut retenir les chiffres contenus dans le présent rapport.

Sur la base du processus susmentionné, nous avons englobé ici les produits et groupes de produits suivants :

- Chaises pliantes en bois, n.d.a. (Annexe A 8218065).

*Non dénommés ailleurs

- Meubles en bois, n.d.a. (Annexe A 8218070).
- Meubles et pièces de meubles, n.d.a. (Annexe A 8218090).

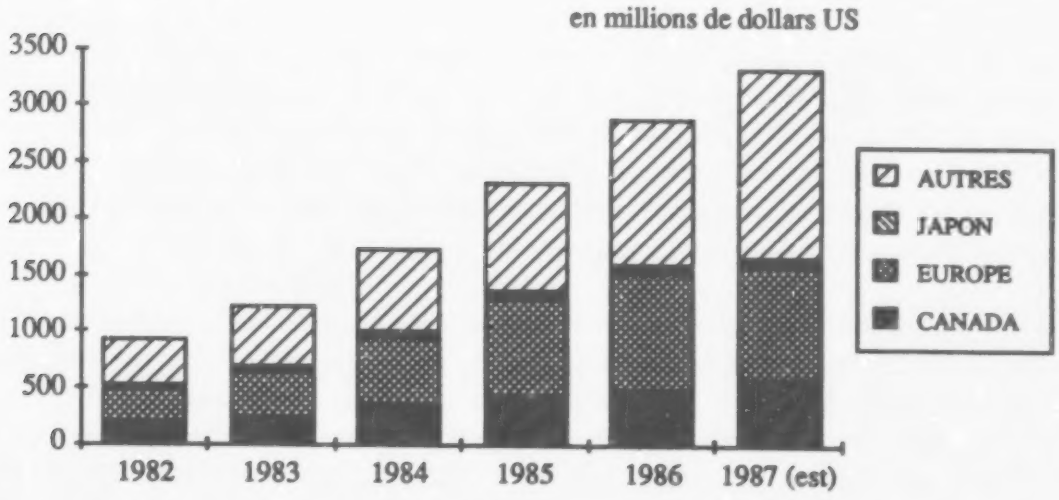
IMPORTATIONS AMÉRICAINES 1982 - 1987

La répartition par pays des importations de meubles en 1986 est présentée à l'annexe 4. Le Canada a pris 15,5 %, 28,1 % et 39,4 % du marché dans ces trois créneaux respectivement; en 1987, sa part du marché devrait atteindre 20,9 %, 33,3 % et 37,7 % respectivement.

L'évolution des importations dans toutes ces catégories de produits est présentée au graphique 1 ci-dessous. Le Canada a maintenu sa part du marché, alors que les importations ont plus que triplé entre 1982 et 1987. Les importations du Japon sont à la baisse et celles en provenance de l'Europe se stabilisent. La croissance des importations américaines a été absorbée par d'autres pays tels que Taiwan. Cependant, comme Taiwan a perdu les avantages dont il jouissait dans le cadre du Système général de préférences (à compter du 1er juillet 1987), le prix des meubles taiwanais augmente et il se peut que Taiwan perde son marché américain. Des graphiques de l'évolution des importations dans chaque catégorie de produits sont présentés à l'annexe 5.

GRAPHIQUE 1

TOTAL DES IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS MEUBLES



Source : U.S. General Imports and Imports for Consumption, département américain du Commerce

Selon toute apparence, le Canada peut augmenter sa part du marché des importations américaines de meubles et il y a des fabricants canadiens qui sont en mesure de répondre à la demande américaine. Si l'Accord de libre-échange est conclu, ces débouchés augmenteront car les droits de douane, qui varient entre 2,4 % sur les sièges en caoutchouc ou en plastique avec un bâti en bois et 7,5 % sur les meubles et pièces de meuble en rotin, osier, bambou ou matières similaires, seront supprimés d'ici le 1er janvier 1993. La liste complète des droits de douane est présentée à l'annexe 6. Actuellement, les meubles sont importés en franchise uniquement s'ils sont destinés à des véhicules automobiles ou des aéronefs civils.

PERSPECTIVES DE L'INDUSTRIE AMÉRICAINE

Cette partie se fonde sur l'édition 1988 de U.S. Industrial Outlook que publie l'USDOC. Cette information permet de prévoir de façon générale les perspectives à court terme, et donne une idée des tendances et développements attendus dans le secteur américain de l'industrie du meuble. Cette information peut être intéressante, mais les secteurs sont priés d'utiliser prudemment ces données pour les raisons suivantes :

Premièrement, même si l'USDOC est la source de la partie intitulée «Importations américaines 1982 - 1987» (voir le sommaire précédent) et «Perspectives de l'Industrie américaine», il utilise deux systèmes différents de classement des produits. Ces différences peuvent sembler imperceptibles. Dans certains cas, des titres légèrement différents peuvent refléter des ensembles de produits très similaires; dans d'autres, des titres similaires pour les secteurs et groupes de produits englobent une gamme de produits un peu différente. Ainsi, les prévisions de marché publiées dans «Perspectives de l'Industrie américaine» pourraient s'appliquer à une gamme de produits un peu différente de celle utilisée dans le reste du présent rapport.

Deuxièmement, même si la plupart des parties de «Perspectives de l'Industrie américaine» concernent l'ensemble du secteur, d'autres visent des produits ou groupes de produits spécifiques. Les prévisions faites aux deux niveaux doivent être soigneusement évaluées puisqu'elles peuvent diverger considérablement des perspectives pour tout produit qu'ils englobent. On recommande donc que les données sur les perspectives ne servent qu'à offrir une idée générale des perspectives à court terme dans ce secteur.

Les perspectives de l'industrie américaine du meuble sont liées à divers facteurs. Selon des documents du département du Commerce des États-Unis, les mises en chantier dans le secteur de la construction résidentielle influent directement sur les ventes d'appareils ménagers et de meubles; les meubles rivalisent avec d'autres biens de consommation durables; enfin, la confiance des consommateurs, le niveau d'emploi et la tranche de la population âgée de 25 à 55 ans influent beaucoup sur les ventes de biens durables. Les personnes de ce groupe d'âge sont grands consommateurs de biens de consommation durables.

Alors qu'on s'attend à ce que les mises en chantier diminuent en raison de l'accroissement des taux hypothécaires, les prévisions sont positives pour tous les autres facteurs qui influent sur les ventes de meubles. Par conséquent, on prévoit que les livraisons de meubles enregistreront une croissance nette, en dollars constants, de 1 % en 1988; ce faible taux de croissance doit se maintenir jusqu'en 1992.

Bien que les importations américaines de meubles aient diminué pour la troisième année consécutive en 1987, elles constituaient encore une forte proportion (18 %) de la consommation apparente. Le ralentissement des importations est en partie attribuable à la baisse du dollar américain par rapport aux devises étrangères. Les importations provenant d'Allemagne de l'Ouest, du Danemark et du Japon, soit trois des 10 fournisseurs les plus importants des États-Unis, ont baissé au cours du premier semestre de 1987 en comparaison des niveaux enregistrés en 1986. Entre mars 1985 et février 1987, les indices commerciaux pondérés du dollar par rapport aux monnaies des pays développés, corrigés pour tenir compte des taux d'inflation relatifs, ont baissé de 38 %. L'indice du prix des importations du Bureau of Labour Statistics a augmenté de 6,5 % entre juin 1986 et juin 1987 pour ce qui est des meubles.

En 1986, les principaux exportateurs européens étaient l'Italie (12,3 %), l'Allemagne de l'Ouest (6,6 %) et le Danemark (6,2 %). De l'ensemble des importations américaines de meubles, 34,6 % provenaient d'Europe et 2,5 % du Japon. La valeur globale des importations de meubles de tous genres dépassait trois milliards de dollars US. La documentation disponible sur les importations porte sur l'ensemble des meubles et ne contient pas de données distinctes sur les meubles vendus par contrat.

Selon les prévisions du département américain du Commerce, l'industrie américaine du meuble poursuivra sa consolidation, les petites et moyennes entreprises se transformant en grandes entreprises capables de réaliser des économies d'échelle et de rivaliser ainsi avec les importations moins chères. Les fabricants américains de meubles comptent de plus en plus sur la technologie de pointe (la conception assistée par ordinateur et la fabrication assistée par ordinateur) et sur l'accroissement de leur puissance commerciale (l'intégration verticale et la domination des magasins de détail) pour conserver ou augmenter leur part du marché.

Selon le département américain du Commerce, les livraisons de meubles vendus par contrat ont presque doublé depuis 1981. Les exportations de meubles en bois et de meubles faits d'autres matériaux et vendus par contrat constituaient 9 % et 10,2 % de toutes les livraisons en 1984 et 1985, respectivement.

Ce chapitre a fourni une définition des produits visés par le présent rapport, les critères utilisés pour leur sélection ainsi qu'un sommaire des importations américaines de ces produits entre 1982 et 1987. Nous avons également donné, dans la mesure du possible, les perspectives à court terme pour l'industrie américaine correspondante. Comme ce rapport ne vise qu'à fournir un aperçu sectoriel et une indication des possibilités qui pourraient s'offrir d'accroître nos exportations, les lecteurs sont fortement encouragés à étudier plus a fond tout débouché potentiel identifié.

On encourage également les intéressés voulant approfondir leurs recherches relativement à des marchés précis à communiquer avec les services commerciaux du gouvernement canadien, dont la liste à l'annexe finale de ce rapport, pour déterminer quels sont les appuis dont ils veulent se prévaloir.

IV - ÉTUDE DE MARCHÉ

ENQUÊTE AUPRÈS D'IMPORTATEURS AMÉRICAINS

Les importateurs américains de meubles que nous avons interrogés dans le cadre de la présente étude ont été choisis à partir de diverses sources, y compris le rapport que nous a remis le service d'information Journal of Commerce Piers Port Import/Export Reporting Service. Ce rapport contenait des données sur les livraisons effectuées pendant trois mois en 1987 et classait les importateurs de produits des principaux pays développés selon le volume des importations. Outre cette liste, nous avons utilisé des renseignements provenant des bureaux du ministère des Affaires extérieures aux États-Unis, ainsi que des listes provenant d'associations professionnelles et de nombreuses publications de l'industrie.

Toute l'étude porte sur environ 80 branches d'activité industrielle; le nombre d'entrevues menées dans chaque industrie dépendra du niveau de concentration des entreprises de l'industrie et de la diversité des produits fabriqués dans chaque secteur. Au total, nous mènerons plus de 4 000 entrevues auprès d'entreprises américaines. Le nombre d'entreprises avec lesquelles nous communiquerons dans chaque secteur variera entre 40 et 100 ou davantage. Dans la plupart des cas, au moins 30 acheteurs potentiels seront interrogés. Pour l'industrie du meuble, 42 questionnaires ont été remplis au moyen d'entrevues téléphoniques.

Résultats des entrevues

Pour les 42 entreprises interrogées, le tableau 1 ci-dessous montre le nombre de répondants qui importent chacun des produits de référence; il indique également le nombre de répondants qui considèrent un produit particulier comme une importation majeure.

Tableau 1

	Meubles en bois		Sièges rembourrés		Autres	
	Important chaque produit	Considérant le produit comme une importation majeure	Important chaque produit	Considérant le produit comme une importation majeure	Important chaque produit	Considérant le produit comme une importation majeure
Meubles de salon	16	10	13	8	4	1
Meubles de chambre à coucher	20	11	6	2	7	5
Meubles de cuisine	15	2	5	0	6	1
Meubles de salle à dîner	20	5	6	0	4	1
Meubles de bureau	12	4	6	1	7	1
Meubles pour enfants	9	2	0	0	2	0

Les meubles de chambre à coucher en bois et les meubles de salle à dîner en bois sont très recherchés. Le tableau 2 ci-dessous énumère les principaux pays qui vendent des meubles aux répondants; il indique le nombre de répondants qui s'approvisionnent dans chacun de ces pays ainsi que leur degré global de satisfaction à l'égard de ces fournisseurs. Les résultats détaillés portant sur tous les pays qui vendent des produits aux répondants sont présentés à l'annexe 7.

Tableau 2

Pays d'origine	**Nombre de répondants approvisionnés**	**Degré de satisfaction moyen (max. = 5,0)**
Italie	26	4,1
Allemagne	13	4,1
Danemark	9	4,3
Taiwan	8	4,4

Les raisons pour lesquelles les répondants achètent de leurs fournisseurs actuels sont les suivantes :

- les prix sont plus bas (45,2 %)*;
- la qualité est meilleure (38,1 %)*;
- les produits ne sont pas disponibles aux États-Unis (33,3 %)*;
- l'insuffisance de l'offre intérieure de ces produits (14,3 %)*;
- la diversité et le caractère distinct des modèles (11,9 %)*.

Plus de 90 % des répondants ont dit que la dévaluation du dollar américain par rapport aux devises d'un grand nombre de pays développés avait entraîné une hausse du prix de leurs importations; un grand nombre d'entre eux voudraient en savoir davantage sur les fabricants canadiens qui pourraient peut-être remplacer leurs fournisseurs actuels. Moins de la moitié des répondants ont déjà acheté des produits de fabrication canadienne, mais la majorité d'entre eux étaient satisfaits de leurs fournisseurs canadiens. Parmi les importateurs qui se sont déjà approvisionnés au Canada, certains n'étaient pas satisfaits des règlements et des prix. Des répondants n'étaient pas satisfaits de certains fournisseurs mexicains, chinois, italiens et français; leur mécontentement portait sur les délais de livraison, les erreurs de livraison, les prix, la piètre

* Les chiffres entre parenthèses indiquent le pourcentage de répondants.

qualité des produits et l'impuissance des fournisseurs à respecter leurs engagements. Les quelques répondants qui ne voulaient pas en savoir davantage sur les produits canadiens ont expliqué leur manque d'intérêt par les raisons suivantes :

- la société utilise ses fournisseurs actuels depuis très longtemps et elle en est satisfaite;
- les produits importés sont fournis par une filiale;
- les produits canadiens ne sont pas compétitifs à cause des taux de rémunération de la main-d'oeuvre;
- seuls certains produits intéressent la société qui croit que les produits recherchés ne sont pas disponibles au Canada.

La majorité des répondants aimeraient bien que les fabricants canadiens leur envoient par la poste des listes de produits et de prix. Ils ont aussi tendance à se renseigner sur des produits et des entreprises lorsqu'ils assistent à des foires commerciales. Le salon du meuble que les répondants fréquentent le plus est celui de High Point en Caroline du Nord, appelé «Southern Furniture Market», suivi du salon du meuble de Milan en Italie. Les fabricants canadiens ne devraient toutefois pas négliger les foires d'intérêt régional. Les foires constituent un outil de marketing très important dans l'industrie américaine du meuble car 50 % des répondants ont dit qu'ils fondaient leurs décisions d'achat notamment sur des renseignements recueillis lors de foires et qu'en moyenne, ces renseignements étaient déterminants dans la moitié des cas. Aucune autre source d'information n'est aussi populaire ni aussi importante. La deuxième source d'information en importance (17 % des répondants l'utilisent) est la documentation fournie par le fabricant; ces renseignements sont déterminants dans environ 40 % des cas. Les publications sont une source d'information assez populaire (38 % des répondants les consultent), mais elles déterminent rarement la prise de décision (2,4 % des répondants). Les répondants consultent notamment Furniture Today et Home Furnishings Daily.

La majorité des répondants (47 %) estiment que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis n'influera pas sur leur politique d'achat. Quelques-uns (12 %) ont dit qu'ils augmenteraient assurément leurs achats de meubles canadiens, alors qu'un grand nombre (41 %) n'ont pas réfléchi aux effets d'une telle entente.

Si 82 % des répondants veulent que les fabricants canadiens les renseignent sur leurs produits, six importateurs américains recherchent actuellement des fournisseurs de produits particuliers : Ces sociétés sont les suivantes :

- **Brian Alden** recherche des fournisseurs de chaises de salle à dîner et de tables d'appoint;

- **Bon Marché** aimerait avoir des renseignements sur les fournisseurs de sièges rembourrés de style moderne;

- **Haynes Furniture** recherche des fournisseurs de tables de salle à dîner en marbre;

- **Krueger Inc.** recherche des fournisseurs de piètements de table;

- **Krueger Metal Products** recherche des fournisseurs de sièges de bureau;

- **Tracers Furniture** aimerait connaître des fournisseurs canadiens de meubles pour enfants.

Des renseignements complémentaires sur ces entreprises sont présentés à l'annexe 1. L'annexe 2 contient la liste des importateurs américains qui voudraient en savoir davantage sur les fabricants canadiens de meubles en général.

ENQUÊTE AUPRÈS D'ASSOCIATIONS AMÉRICAINES

Nous avons communiqué avec des associations industrielles américaines pour compléter les renseignements recueillis auprès d'importateurs et présenter le point de vue de l'industrie sur le commerce des meubles. Les associations interrogées sont énumérées ci-dessous, et leur mandat est précisé :

- l'«American Furniture Manufacturers Association» (High Point, Caroline du Nord) offre une aide générale aux fabricants de meubles afin qu'ils puissent atteindre des objectifs autrement irréalisables;

- l'«International Home Furnishings Association» (High Point, Caroline du Nord) favorise les ventes de ses membres;

- la «National Wholesale Furniture Association» (High Point, Caroline du Nord) favorise la croissance et l'expansion du commerce des meubles dans le secteur de la vente en gros;

- la «National Home Furnishings Association» (Chicago, Illinois) fait du démarchage pour le compte de ses membres et leur fournit des services éducatifs ainsi que des services généraux tels que des assurances.

Nous avons interrogé ces associations pour nous renseigner sur les sujets suivants :

- les tendances du marché du meuble;

- l'effet de la dévaluation du dollar américain sur les échanges commerciaux dans l'industrie américaine du meuble;

- les principales foires commerciales de l'industrie;

- les principales publications de l'industrie;

- l'effet possible de l'Accord de libre-échange sur le commerce canado-américain de meubles;

- leur avis sur les points forts et les points faibles de l'industrie canadienne du meuble.

Résultats des entrevues

Deux associations prévoient une faible croissance au cours des deux prochaines années, tandis que la «National Home Furnishings Association» estime que le taux de croissance atteindra de 11 à 12 % en 1988 et de 5 à 10 % en 1989. D'après les prévisions prudentes du département américain du Commerce, l'industrie du meuble enregistrera une croissance réelle de 1 % en 1988 et son taux de croissance se maintiendra autour de ce niveau pendant les deux années qui suivront.

Selon les associations interrogées, il semble que la dévaluation du dollar américain n'ait pas eu beaucoup d'effet sur les échanges commerciaux. Elle a soulevé jusqu'ici un certain intérêt pour les exportations de meubles. De plus, comme elle a augmenté le prix des importations, les produits américains sont plus compétitifs. Les associations croient cependant que la faible incidence actuelle de la dévaluation du dollar américain sur le commerce de meubles est peut-être attribuable aux longs délais de production. Pour ce qui est de l'Accord de libre-échange, les associations ne s'attendent pas à ce qu'il ait de grandes répercussions sur l'industrie américaine du meuble.

Les associations américaines estiment que l'industrie canadienne du meuble rivalise avec les produits américains et que ses points forts sont le secteur des sièges rembourrés et le caractère distinct de ses modèles (d'inspiration européenne).

Les associations interrogées ont signalé quelles étaient les foires commerciales (lieu et date) les plus fréquentées et les publications les plus consultées. Ces listes, qui sont présentées à l'annexe 8, devraient intéresser les exportateurs canadiens.

V - CONTEXTE

Il y a six ans, les États-Unis affichaient de légers déficits commerciaux que compensaient les recettes tirées des placements américains à l'étranger, lesquelles dépassaient 140 milliards de dollars US. Le budget américain était habituellement déficitaire, mais l'épargne intérieure était supérieure au déficit. Par conséquent, le solde du compte courant était toujours positif.

Lors de la relance de l'économie américaine qui suivit la récession de 1981-1982, la demande a progressé plus rapidement que la production. Les importations ont augmenté considérablement pour combler l'écart. À la fin de 1983, le déficit commercial atteignait près de 69 milliards de dollars US. Ces phénomènes se sont maintenus jusqu'en 1985 et ont poussé le déficit commercial à 148 milliards de dollars US. Le déficit budgétaire du gouvernement fédéral a plus que doublé en proportion du PNB et l'épargne a chuté à son niveau le plus bas.

Sous cette pression, le dollar américain a commencé à fléchir sur le marché international des changes. À la fin de 1987, le dollar américain avait perdu 48 % de sa valeur par rapport au yen japonais, 48 % également par rapport au mark allemand, 44 % par rapport à la couronne danoise, 43 % par rapport au franc français et 39 % par rapport à la lire italienne. En fait, le dollar américain s'est déprécié par rapport aux monnaies de tous les grands pays industriels de l'Occident, à l'exception du dollar canadien. À la fin de 1987, le déficit commercial atteignait le niveau record de 171 milliards de dollars US car le prix des importations augmentait plus rapidement que ne diminuait le volume des importations.

D'après les statistiques du premier trimestre de l'année en cours, la valeur du dollar américain a poursuivi son mouvement à la baisse par rapport aux monnaies de la plupart des autres pays industriels occidentaux (bien qu'elle soit en train de se stabiliser). Ces modifications du cours des monnaies commencent à peine à se répercuter sur les échanges commerciaux. Les fournisseurs étrangers des États-Unis, qui avaient réalisé de gros profits, ont pu réduire leurs marges bénéficiaires pendant de nombreux mois avant de devoir augmenter leurs prix. Cependant, les profits de la plupart des grands exportateurs japonais et européens ont chuté, souvent de 40 % à 80 %, et les entreprises ont été contraintes de hausser leurs prix. Les statistiques commerciales n'ont pas reflété ces changements immédiatement car la valeur des importations est restée élevée alors que le volume diminuait.

Les statistiques commerciales de décembre 1987 annoncent un changement de direction car le déficit commercial nominal mensuel a été ramené à 12,2 milliards de dollars US, soit bien en-deçà de la moyenne mensuelle de 14,3 milliards de dollars US pour toute l'année 1987. La dévaluation du dollar américain semble avoir un effet sur le niveau des importations, qui reste élevé. Cette évolution devrait aider à stimuler les échanges commerciaux entre le Canada et les

États-Unis. Puisque la valeur relative du dollar américain et du dollar canadien n'a pas connu de fluctuations importantes, l'appréciation des monnaies de beaucoup de pays développés par rapport aux monnaies nord-américaines devrait accroître sensiblement les débouchés des entreprises canadiennes de fabrication et de prestation de services aux États-Unis, ainsi que les débouchés des entreprises américaines au Canada.

MÉTHODOLOGIE

L'analyse des possibilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes de remplacer les importations américaines provenant de l'Europe et du Japon fut amorcée à un niveau assez élevé de regroupement des données statistiques sur toutes les importations américaines. En appliquant certains critères, nous avons réduit progressivement le champ de l'analyse aux débouchés qui, à un niveau très bas de décomposition des données statistiques, offrent aux fabricants canadiens les meilleures chances d'accroître leurs exportations aux États-Unis. Dans notre démarche, nous sommes également passés de l'identification de ces débouchés, au moyen d'analyses statistiques, à la confirmation de leur existence, au moyen d'entrevues menées auprès de représentants d'importateurs américains de produits provenant de pays développés.

Pour établir quels étaient les débouchés des entreprises canadiennes aux États-Unis, nous avons réuni des données sur les importations américaines de 1981 jusqu'en 1985. Nous avons choisi une période de référence quinquennale afin de pouvoir distinguer entre les marchés d'importation «établis» et «temporaires». Dans les secteurs où le volume des importations américaines provenant de l'Europe et du Japon s'est maintenu à un certain niveau pendant plusieurs années, il est moins probable que ces importations constituent un phénomène à court terme et que les acheteurs américains soient capables de remplacer en peu de temps leurs fournisseurs étrangers par des fournisseurs américains. Pour la première sélection, les données statistiques sur les importations américaines de marchandises de l'annexe A furent groupées au niveau des codes à quatre chiffres.

Toutes les importations américaines (dans les catégories des codes à quatre chiffres) qui provenaient de pays développés et dont la valeur à l'importation dépassait un million de dollars US furent relevées pour les années de référence et classées en ordre décroissant, selon leur valeur. À partir de cette liste, la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement avec les États-Unis a d'abord choisi 26 groupes de produits qui devaient être analysés plus à fond. Chaque groupe fut décomposé au niveau des codes à sept chiffres, puis une enquête fut entreprise pour établir s'il y avait des entreprises canadiennes qui fabriquaient des produits semblables et pouvaient exploiter les débouchés qui seraient éventuellement découverts. Il fut relativement simple d'élargir les codes de l'annexe A de quatre chiffres à sept chiffres; la liste de ces marchandises fut dressée pour l'année 1986, précisant leur valeur en douane. La désignation des entreprises canadiennes s'est faite à partir de

la base de données WIN du ministère des Affaires extérieures que toutes les grandes missions du ministère à l'étranger peuvent consulter en direct et qui contient des renseignements sur les fabricants canadiens et leurs produits. Il est à noter que la constitution de la base de données WIN n'est pas encore complète, mais elle est assez avancée pour que nous puissions l'utiliser aux fins de la présente étude.

À partir de cette liste, les produits ou groupes de produits dont les importations combinées depuis le Japon, l'Europe et le Canada représentaient plus de 80 millions de dollars US en 1986 ont été identifiés pour analyse ultérieure. Après consultation avec les représentants du gouvernement et de l'industrie connaissant bien ce secteur, d'autres produits et groupes de produits ne répondant pas aux critères susmentionnés ont été ajoutés à notre liste lorsqu'ils semblaient avoir un grand intérêt commercial. Certains produits et groupes de produits ont été éliminés puisqu'ils ne présentaient pas un intérêt commercial suffisant.

L'étape suivante consistait à identifier les principaux importateurs américains des produits choisis, d'élaborer un questionnaire et d'interviewer les importateurs. Nous avons alors conçu un questionnaire qui visait à recueillir les renseignements suivants sur chacun des importateurs interrogés :

- Quels sont les principaux produits qu'il importe?
- Quels sont les pays d'origine de ces importations? Dans quelle mesure l'importateur est-il satisfait de chacun de ses fournisseurs?
- Pourquoi n'utilise-t-il pas des produits américains?
- Quel a été l'effet de la dévaluation du dollar américain sur le prix des importations?
- L'importateur a-t-il déjà acheté des produits canadiens? Dans l'affirmative, était-il satisfait de ses fournisseurs canadiens?
- L'importateur voudrait-il en savoir plus long sur les fournisseurs canadiens?
- Par quel moyen voudrait-il que les fournisseurs canadiens le renseignent? Quelles sources d'information utilise-t-il pour décider quels produits acheter?
- Ses achats sont-ils saisonniers?
- Y a-t-il des obstacles qui empêchent l'importateur de s'approvisionner au Canada?
- Est-ce que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis modifiera sa politique d'achat?

Nous avons interviewé les principaux importateurs par téléphone et leur avons envoyé un questionnaire par la poste lorsqu'ils en faisaient la demande.

Il existe diverses raisons qui font que, dans certaines situations, la hausse du prix des produits importés ne crée pas de débouchés considérables pour les entreprises canadiennes dans le marché américain; ces facteurs sont notamment les suivants :

- D'autres caractéristiques du produit l'emportent sur le prix, c'est-à-dire sa qualité, sa forme, etc.;
- Le produit importé est un composant d'un produit fini et sa valeur est minime par rapport à celle du produit fini;
- L'acheteur américain s'approvisionne depuis longtemps auprès de ses fournisseurs étrangers actuels et il compte sur la capacité démontrée de l'exportateur à répondre rapidement aux changements requis;
- L'acheteur américain est un client asservi de la société-mère;
- La licence de fabrication que possède l'acheteur américain lui interdit de s'approvisionner auprès d'autres fournisseurs;
- L'entreprise peut s'approvisionner auprès de fournisseurs américains;
- Le produit importé est un produit de luxe et son prix n'influe pas beaucoup sur la demande.

Nous avons donc encore conçu le questionnaire de manière à établir dans quelle mesure ces facteurs et d'autres limitent les débouchés mis en évidence au moyen de l'analyse statistique.

Après le sondage auprès des importateurs, les associations représentant l'industrie américaine ont été interviewées pour obtenir de l'information sur chaque secteur. Ces associations ont fournis des renseignements sur :

- Les tendances du marché pour l'industrie.
- L'effet que la dévaluation du dollar américain exerce sur l'industrie.
- L'effet que le libre-échange pourrait avoir sur l'industrie au plan des échanges canado-américains.
- Leur avis sur les forces et faiblesses de l'industrie canadienne.

Les résultats de toutes ces démarches ont été résumés dans un rapport sommaire pour chaque secteur et soumis à un expert de l'industrie concernée, aux associations industrielles canadiennes concernées et au fonctionnaire du MEIR chargé de ce secteur.

ANNEXE 1

IMPORTATEURS AMÉRICAINS QUI RECHERCHENT DES FOURNISSEURS DE PRODUITS PARTICULIERS

Nom :	Brian Alden
Adresse :	140 Killingworth Turnpike Clinton, CT 06413 U.S.A.
Contact :	Mme Catherine MacHaffy Acheteuse de meubles
Téléphone :	203-669-1662
Télex :	6971195

- Importe des meubles de tous genres du Danemark et d'Italie.

- A été très satisfait des produits canadiens.

- N'a pas de préférence quant au moyen de se renseigner sur les entreprises canadiennes.

- Assiste à la foire «Chicago Houseware Show» et au salon du meuble de Copenhague.

- Lit Furniture Today et Home Furnishings Daily.

- Recherche activement des fournisseurs de chaises de salle à dîner et de tables d'appoint.

Nom :	Bon Marché
Adresse :	55 West 13th Street New York, NY 10011 U.S.A.
Contact :	Mme Patricia Chaitpa Directrice des importations
Téléphone :	212-620-5592

- Importe des meubles de salon, des meubles de chambre à coucher et des meubles de bureau d'Italie, de Taiwan et des pays scandinaves.
- Le prix influe beaucoup sur la décision d'importer.
- A été très satisfait des produits canadiens.
- Préfère se renseigner sur les entreprises canadiennes au moyen de brochures, de foires commerciales ou de publications industrielles.
- Assiste aux salons du meuble de Stockholm, Copenhague, Milan et de la Caroline du Nord.
- Lit Furniture Today.
- Recherche activement des fournisseurs de sièges rembourrés de style moderne.

Nom :	Haynes Furniture
Adresse :	5234 Virginia Beach Blvd. Virginia Beach, VA 23462 U.S.A.
Contact :	Mme Marie Maremunker Acheteuse des importations
Téléphone :	804-497-5833

- Importe des meubles d'appoint laqués, en cuir et en rotin de Taiwan, d'Italie, d'Allemagne de l'Ouest et des Philippines.
- Le prix influe beaucoup sur la décision d'importer.
- N'a pas été satisfaite de la qualité des produits canadiens.
- Préfère que les entreprises canadiennes communiquent personnellement avec elle.
- Lit Furniture Today et Home Furnishings Daily.
- Recherche activement des fournisseurs de tables de salle à dîner en marbre.

Nom :	Krueger Inc.
Adresse :	P.O. Box 8100 Green Bay, WI 54308 U.S.A.
Contact :	M. Peter McDevitt Directeur des exportations
Téléphone :	414-468-8100
Télécopieur :	414-468-0280

- Importe des meubles de bureau d'Allemagne de l'Ouest, de France et d'Italie.
- Le prix influe beaucoup sur la décision d'importer.
- A été satisfait des produits canadiens.
- N'a pas de préférence quant au moyen de se renseigner sur les entreprises canadiennes.
- Assiste aux foires NEOCON et NOPA de Chicago.
- Recherche activement des fournisseurs de piètements de table.

Nom :	Krueger Metal Products
Adresse :	1330 Bellevue, P.O. Box 8100 Green Bay, WI 54308 U.S.A.
Contact :	M. Leo Walter Chef des produits
Téléphone :	414-468-8100
Télécopieur :	414-468-0280

- Importe des meubles de bureau d'Italie, de France, d'Allemagne de l'Ouest et des Pays-Bas.
- Le prix et la forme des produits influent beaucoup sur la décision d'importer.
- N'a jamais acheté de produits canadiens.
- Préfère se renseigner sur les entreprises canadiennes au moyen de brochures, de foires commerciales ou de publications industrielles.
- Assiste aux foires NEOCON de Chicago et Westweek de Los Angeles.
- Lit Interiors et Interior Design.
- Recherche activement des fournisseurs de sièges de bureau.

Nom :	Tracers Furniture
Adresse :	612 Waverly Avenue Mamaroneck, NY 10543 U.S.A.
Contact :	M. Dennis Berger Président
Téléphone :	914-381-5777
Télécopieur :	914-381-4140

- Importe des meubles pour enfants et des meubles en métal d'Italie.
- La qualité des produits influe beaucoup sur la décision d'importer.
- A été très satisfait des produits canadiens.
- Préfère que les entreprises canadiennes lui envoient directement des brochures.
- Se fonde principalement sur les recommandations de ses relations personnelles et sur les foires commerciales pour décider quels produits acheter.
- Recherche activement des fournisseurs de meubles pour enfants.

ANNEXE 2

IMPORTATEURS AMÉRICAINS QUI RECHERCHENT DES SOURCES D'APPROVISIONNEMENT

IMPORTATEURS AMÉRICAINS INTERROGÉS

Société : Amesbury Chair
Adresse : 63 Clinton Street
Amesbury, MA 01913
Contact : M. John Babero
Titre : Directeur des importations
Téléphone : 617-388-9300
Télex :
Télécopieur :

Société : Bar Tak Importers
Adresse : 48-49 33rd Street
Long Island City, NY 11101
Contact : M. Jack Tatki
Titre : Président
Téléphone : 718-361-0400
Télex : 420885
Télécopieur : 718-361-1676

Société : Bon Marché
Adresse : 55 West 13th Street
New York, NY 10011
Contact : Mme Patricia Chiatpa
Titre : Directrice des importations
Téléphone : 212-620-5592
Télex : 237804
Télécopieur :

Société : Brian Alden
Adresse : 140 Killingworth Turnpike
Clinton, CT 06413
Contact : Mme Catherine MacHaffy
Titre : Acheteuse de meubles
Téléphone : 203-669-1662
Télex : 6971195
Télécopieur :

Société : Chatham Country Furniture
Adresse : P.O. Box 2127
High Point, NC 27261
Contact : Mme Becky Clodfelter
Titre : Directrice des importations
Téléphone : 919-431-2153
Télex :
Télécopieur : 919-884-7074

Société : Designhouse International
Adresse : 6348 Dawson Blvd.
Norcross, GA 30093
Contact : M. Dave Debrock
Titre : Vice-président, marketing
Téléphone : 404-449-6636
Télex :
Télécopieur : 404-449-7961

Société : Door Store
Adresse : 3140 M St. Northwest
Washington, DC 20007
Contact : M. Carl Wegner
Titre : Directeur des importations
Téléphone : 202-333-8170
Télex : 64453
Télécopieur : 202-337-8647

Société : Door Store
Adresse : 1303 North West
78th Avenue
Miami, FL
Contact : Mme Gail Tapia-Ruano
Titre : Directrice des importations
Téléphone : 305-477-1702
Télex :
Télécopieur :

Société : Elite Furniture Ind.
Adresse : 77 Gould Street
Bayonne, NJ 07002
Contact : M. M. Baron
Titre : Président
Téléphone : 201-436-1120
Télex :
Télécopieur : 201-436-6960

Société : Haynes Furniture
Adresse : 5324 Virginia Beach Blvd.
Virginia Beach, VA 23462
Contact : Mme Marie Maremunker
Titre : Acheteuse des importations
Téléphone : 804-497-5833
Télex :
Télécopieur :

Société : International Design Centre
Adresse : 100 - 2nd Avenue North
Minneapolis, MN 55401
Contact : Mme Julie Swenden
Titre : Directrice des importations
Téléphone : 612-341-3441
Télex :
Télécopieur :

Société : Krueger Inc.
Adresse : P.O. Box 8100
Green Bay, WI 54308
Contact : M. Peter McDevitt
Titre : Directeur des exportations
Téléphone : 414-468-8100
Télex :
Télécopieur : 414-468-0280

Société : Krueger Metal Products
Adresse : 1330 Bellevue
P.O. Box 8100
Green Bay, WI 54308
Contact : M. Leo Welter
Titre : Chef des produits
Téléphone : 414-468-8100
Télex : 9102631288
Télécopieur : 414-468-0280

Société : New Markets Group
Adresse : 210 Division 3
Kingston, PA 18704
Contact : M. Jean Esopi
Titre : Président
Téléphone : 717-283-2700
Télex :
Télécopieur : 717-283-1498

Société : Northwest Blueprint and Supply
Adresse : 13450 Farmington Road
Livonia, MI 48150
Contact : M. Dave Morrison
Titre : Acheteur
Téléphone : 313-525-1990
Télex :
Télécopieur : 313-525-2790

Société : Priceless Kitchens
Adresse : Third & Orgen Avenue
Whitman Plaza
Philadelphia, PA 19148
Contact : M. Tom Wisler
Titre : Chef de magasin
Téléphone : 215-271-1077
Télex :
Télécopieur :

Société : Roma Furniture
Adresse : 215 Grand Street
New York, NY 10013
Contact : Mme Tillian Ivculano
Titre : Directrice des importations
Téléphone : 212-925-8200
Télex :
Télécopieur :

Société : Scan Furniture
Adresse : 8679 Greenwood Place
Savage, Maryland 20763
Contact : Mme Susan Fuller
Titre : Acheteuse
Téléphone : 301-953-2050
Télex :
Télécopieur :

Société : Scanworld
Adresse : 9315 Munroe Road
Matthews, NC 28105
Contact : M. Rick Mitchell
Titre : Directeur adjoint
Téléphone : 704-847-7851
Télex :
Télécopieur : 704-847-7853

Société : Seaman Furniture
Adresse : 70 Charles Winburg Blvd.
Uniondale, NY
Contact : Mme Maura Lynch
Titre : Directrice des importations
Téléphone : 516-222-6011
Télex :
Télécopieur : 516-745-6715

Société : Serra International Inc.
Adresse : 9 Murray Street
New York, NY 1007
Contact : M. Armando Arvolante
Titre : Directeur
Téléphone : 212-393-1033
Télex :
Télécopieur : 212-393-1043

Société : Shelby Williams Industries
Adresse : P.O. Box 1028
Morristown, IN 37816-1028
Contact : M. Dwain Kelly
Titre : Directeur des importations/exportations
Téléphone : 615-586-7000
Télex : 557457
Télécopieur : 615-586-2260

Société : Siematic
Adresse : 1 Neshaminy Interplex
Suite 207
Trevose, PA 19047
Contact : M. Willers/M. Bill Baker
Titre : Vice-président/Chef des expéditions
Téléphone : 215-244-0700
Télex :
Télécopieur : 215-244-0711

Société : Swedeline International
Adresse : 33081 Camino Capistrano
San Juan Capistrano,
CA 92675
Contact : M. Toby Frick
Titre : Vice-président, ventes
Téléphone : 714-661-3111
Télex :
Télécopieur : 714-240-9045

Société : Tracers Furniture
Adresse : 612 Waverly Avenue
Mamoreneck, NY 10543
Contact : M. Dennis Berger
Titre : Président
Téléphone : 914-381-5777
Télex :
Télécopieur : 914-381-4140

Société : Wallace Leisure Products
Adresse : 3100 West Jefferson St.
Philadelphia, PA 19121
Contact : M. Robert Rex
Titre : Directeur du commerce international
Téléphone : 215-232-9900
Télex : 4972833
Télécopieur : 215-236-5999

Société : Weiman
Adresse : P.O. Box 217
Ramseur, NC
Contact : Mme Janet Low
Titre : Acheteuse
Téléphone : 919-824-2324
Télex :
Télécopieur :

CONTACTS AUX ÉTATS-UNIS

Société : B & D Sales
Adresse : 1939 Commerce
Tacama, WA 98042
Contact : M. Evan Ritchie
Titre :
Téléphone : 206-627-3906
Télex :
Télécopieur :

Société : Barker Brothers
Adresse : 310 S. Lake Street
Pasadena, CA 91101
Contact : M. Fred Berk
Titre : Président et directeur général des achats
Téléphone : 818-796-6707
Télex :
Télécopieur :

Société : Barrows
Adresse : 2301 E. Camelback Road
Phoenix, AZ 85016
Contact : M. Don Kauffman
Titre : Président
Téléphone : 602-955-7550
Télex :
Télécopieur :

Société : Burdine's
Adresse : 7100 N.W. 32nd Ave.
Miami, FL 33601
Contact :
Titre :
Téléphone : 305-835-5649
Télex :
Télécopieur :

Société : California Buying Services, Inc.
Adresse : 17622 Sherman Way
Van Nuys, CA 91406
Contact : M. Sam Cohen
Titre : Directeur général des achats
Téléphone : 818-342-1838
Télex :
Télécopieur :

Société : Contract Furniture Services
Adresse : 29555 Northwestern Hgwy.
Suite 525
Southfield, MI 48034
Contact : M. Larry Weeks
Titre :
Téléphone : 313-261-4236
Télex :
Télécopieur :

Société : Contract Marketing Association
Adresse : I.D.C.N.Y. Center 1
30-30 Thomson Ave.
Long Island City, NY 11101
Contact :
Titre :
Téléphone : 718-786-3716
Télex :
Télécopieur :

Société : D & D Designs
Adresse : The Merchandise Mart
Suite 17-107
Chicago, IL 60654
Contact : M. Don Principe
Titre : Président
Téléphone : 312-828 9466
Télex :
Télécopieur :

Société : Eagle Furniture
Adresse : Main and Haines Sts.
Newark, DE 19711
Contact : M. Gene Dempsey
Titre : Acheteur
Téléphone : 302-654-3121
Télex :
Télécopieur :

Société : Euster Furniture
Adresse : 3300 N.E., 2nd Ave.
Miami, FL 33317
Contact :
Titre :
Téléphone : 305-573-3200
Télex :
Télécopieur :

Société : Gary Shames Associates
Adresse : 1013 Revere Avenue
New York, NY 10465
Contact : M. Gary Shames
Titre :
Téléphone : 212-823-5825
Télex :
Télécopieur :

Société : H & W Furniture Distributors
Adresse : 1020 Airport Way South
Seattle, WA 98134
Contact : M. Evan Ritchie
Titre :
Téléphone : 206-627-3906
Télex :
Télécopieur :

Société : Hallmark Furniture
Adresse : P.O. Drawer 489
Deland, FL 33721
Contact :
Titre :
Téléphone : 904-734-0821
Télex :
Télécopieur :

Société : Haverty's
Adresse : 866 W. Peachtree St. N.W.
Atlanta, GA 30308
Contact :
Titre :
Téléphone : 408-881-1911
Télex :
Télécopieur :

Société : Home Works
Adresse : 1265 Veterans Blvd.
Redwood City, CA
Contact :
Titre :
Téléphone : 415-365-7800
Télex :
Télécopieur :

Société : IDA Stein & Associates
Adresse : 1658 Merchandise Mart
Chicago, IL 60654
Contact : Mme Judyth Jacobs
Titre : Présidente
Téléphone : 312-836-1005
Télex :
Télécopieur :

Société : Ivan Allen Co.
Adresse : 221 Ivy Street NE
Atlanta, GA 30303
Contact :
Titre :
Téléphone : 404-521-0800
Télex :
Télécopieur :

Société : Krieger Sales
Adresse : 19 Wycoff Way East
East Brunswick, NJ 08816
Contact : M. Phil Krieger
Titre :
Téléphone : 201-233-5702
Télex :
Télécopieur :

Société : Leone Import Export Co.
Adresse : P.O. Box 1009
West Seneca, NY 14224
Contact :
Titre :
Téléphone : 716-674-4734
Télex : 294116
Télécopieur :

Société : Levitz
Adresse : 6111 Broken Sound Pkwy.
Boca Raton, FL 33431
Contact :
Titre :
Téléphone : 305-994-6006
Télex :
Télécopieur :

Société : Livingston's Office
Environment Center
Adresse : 3696 Ulmerton Rd.
Clearwater, FL 33520
Contact :
Titre :
Téléphone : 813-576-7055
Télex :
Télécopieur :

Société : Loewenstein/Oggo
Adresse : 1801 N. Andrew Ext.
Box 10396
Pompano Beach, FL 33061
Contact : M. Henry Weinberg
Titre :
Téléphone : 305-960-1100
Télex : 5104321
Télécopieur : 305-960-0409

Société : Marty Rose Associates
Adresse : 801 Skokie Boulevard
Northbrook, IL 00002
Contact : M. Marty Rose
Titre : Président
Téléphone :
Télex :
Télécopieur :

Société : McMahan's Furniture Co.
Adresse : 2121 Wilshire Blvd.
Santa Monica, CA 90403
Contact : M. John Robertson
Titre : Directeur général des achats
Téléphone : 213-453-4461
Télex :
Télécopieur :

Société : Mercantile Trading Company
Adresse : 2826 Pleasant Avenue South.
Minneapolis, MN 55408
Contact : M. Jerome Kantorowicz
Titre : Acheteur
Téléphone : 612-872-1718
Télex :
Télécopieur :

Société : Napier-Pettibon
Adresse : 306 East 61st Street
New York, NY 10021
Contact : Mme Jan Napier
M. Lee Pettibon
Titre :
Téléphone : 212-753-8906
Télex :
Télécopieur :

Société : P.M. Johnson Inc.
Adresse : 127 W. Winifred Street
St. Paul, MN 55107
Contact : M. P.M. Johnson
Titre :
Téléphone : 612-222-3739
Télex :
Télécopieur :

Société : Rapport International Home
Furnishing
Adresse : 435 North La Brea Avenue
Los Angeles, CA 90036
Contact : M. Jerry Rapport
Titre : Acheteur de meubles
Téléphone : 213-930-1500
Télex :
Télécopieur :

Société : Rhodes
Adresse : 4370 Peachtree Road
Atlanta, GA 30319
Contact :
Titre :
Téléphone : 404-264-4600
Télex :
Télécopieur :

Société : Rich's
Adresse : 45 Broad Street
Atlanta, GA 30303
Contact :
Titre :
Téléphone : 404-449-4214
Télex :
Télécopieur :

Société : Room and Board
Adresse : 4600 Olson Memorial Hgwy.
Golden Valley, MN 55422
Contact : M. Steve Freeman
Titre : Acheteur
Téléphone : 612-588-7525
Télex :
Télécopieur :

Société : Scandinavian Interiors Ltd.
Adresse : 3701 Eubank N.E.
Albuquerque
NM 87111
Contact : M. Arnold Bronson
Titre : Président
Téléphone : 505-292-2011
Télex :
Télécopieur :

Société : Stacks and Stacks
Adresse : 312 Clay Street
Okland, CA
Contact :
Titre :
Téléphone : 415-763-0444
Télex :
Télécopieur :

Société : Terrestria
Adresse : 12500 Network Blvd.
Suite 409
San Antonio, TX 78249
Contact : M. Javier Galindo
Titre : Président
Téléphone : 512-641-7728
Télex :
Télécopieur :

Société : The Bon Marché
Adresse : 3rd & Pine Street
Seattle, WA 98101
Contact : M. Gene Sears
Titre : Chef des produits
Téléphone : 206-344-2121
Télex :
Télécopieur :

Société : W.S. Badcock
Adresse : Box 497
Mulberry, FL 33860
Contact :
Titre :
Téléphone : 813-425-4921
Télex :
Télécopieur :

Société : Weir's Furniture Village
Adresse : 3219 Knox Street,
P.O. Box 8125
Dallas, TX 75205
Contact : M. Mike Clubb
Titre : Acheteur
Téléphone : 214-528-0321
Télex :
Télécopieur : 214-521-4302

ANNEXE 3

IMPORTATIONS DE MEUBLES - 1986
(Annexe A 821.8)

ANNEXE 3

MEUBLES

Importations en 1986 (en milliers de dollars US)

	Importations américaines totales	Canada	Europe	Japon	Autres
Total pour tous les articles en caractères gras couverts par cette étude	**2 891 351**	**495 978**	**1 034 103**	**74 128**	**1 287 142**
Total pour tous les articles en caractères ordinaires ayant un intérêt pour l'étude	1 117 780	507 388	57 856	103 302	449 234

821.8 Meubles et pièces de meubles
Importations, 1986 (en milliers de dollars US)

Annexe A	Description des marchandises	Importations américaines totales	Canada	Europe	Japon	Autres
8218012	Meubles en osier et autres matières végétales fibreuses non filées semblables, et pièces	156 329	0	1 189	76	155 064
8218015	Meubles destinés à des véhicules automobiles, et pièces	762 983	489 122	18 609	102 786	152 466
8218025	Autels, chaires, tables de communion, fonts baptismaux, châsses pour institutions	4 143	528	3 108	145	362
8218045	Meubles en bois courbé, et pièces	10 508	0	116	0	10 392
8218055	Chaises pliantes en bois, n.d.a.*	19 202	81	4 230	120	14 771
8218065	**Chaises non pliantes en bois, n.d.a.***	**331 651**	**21 166**	**110 350**	**1 021**	**199 114**
8218070	**Meubles en bois, n.d.a.***	**1 359 868**	**192 241**	**493 876**	**26 832**	**646 919**
8218075	Pièces de meubles en bois, n.d.a.*	164 615	17 657	30 604	175	116 179
8218090	**Meubles et pièces de meubles, n.d.a.***	**1 199 832**	**282 571**	**429 877**	**46 275**	**441 109**

* Non dénommé(e) ailleurs

ANNEXE 4

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS MEUBLES D'EUROPE ET DU JAPON, PAR PAYS - 1986

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE MEUBLES D'EUROPE ET DU JAPON, PAR PAYS - 1986
(en milliers de dollars US)

PAYS	ANNEXE A			TOTAL	%
	8218065	8218070	8218090		
Belgique-Luxembourg	1 002	21 863	4 537	27 402	0,9
Danemark	21 574	145 531	18 158	185 263	6,4
Finlande	591	5 179	1 081	6 851	0,2
France	3 801	19 518	29 389	52 708	1,8
Italie	51 992	122 248	192 281	366 521	12,7
Pays-Bas	684	5 566	9 022	15 272	0,5
Norvège	3 270	3 525	12 568	19 363	0,7
Espagne	9 990	12 484	4 525	26 999	0,9
Suède	2 067	22 120	10 045	34 232	1,2
Suisse	406	1 016	19 379	20 801	0,7
Royaume-Uni	7 292	45 803	27 166	80 261	2,8
Allemagne de l'Ouest	7 681	89 023	101 726	198 430	6,9
Total, Europe	110 350	493 876	429 877	1 034 103	35,7
Japon	1 021	26 832	46 275	74 128	2,6
Total, Europe et Japon	111 371	520 708	476 152	1 108 231	38,3
Total des importations	331 651	1 359 868	1 199 832	2 891 351	

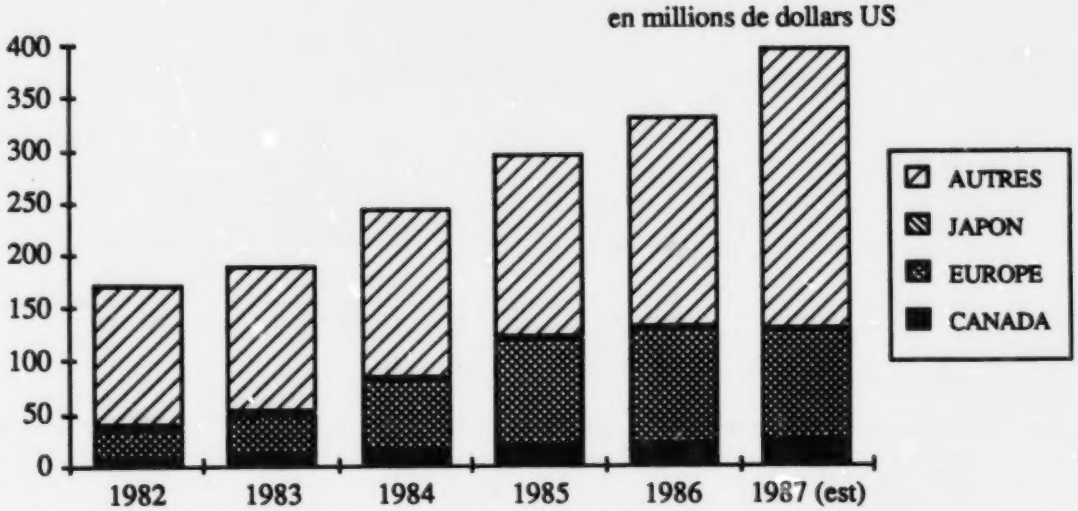
ANNEXE 5

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS MEUBLES, 1982 À 1987

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS MEUBLES

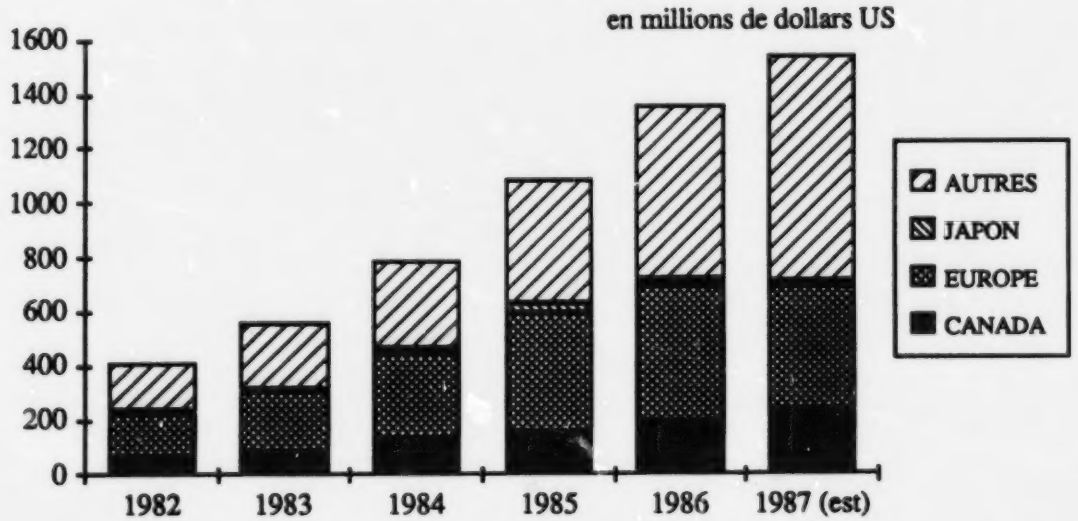
CHAISES NON PLIANTES EN BOIS, N.D.A.

ANNEXE A 8218065



MEUBLES EN BOIS, N.D.A.

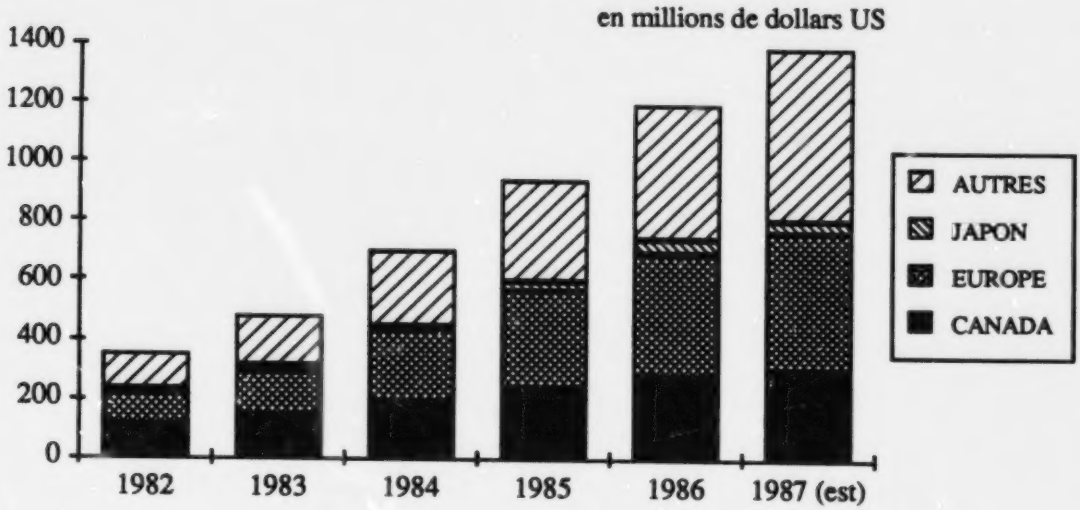
ANNEXE A 8218070



IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS MEUBLES
(Suite)

MEUBLES ET PIÈCES DE MEUBLES, N.D.A.

ANNEXE A 8218090



ANNEXE 6

TARIFS DOUANIERS DES ÉTATS-UNIS APPLICABLES AUX MEUBLES CANADIENS ET LISTE DES DROITS DE DOUANE ÉLIMINÉS EN VERTU DE L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE

ÉLIMINATION DES DROITS DE DOUANE

1. Sauf stipulation contraire dans le présent accord, chaque Partie éliminera progressivement les droits de douane qu'elle applique aux produits originaires du territoire de l'autre Partie, conformément au calendrier suivant :

   A. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement A dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés entièrement, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1989;

   B. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement B dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés en cinq tranches annuelles égales commençant le 1er janvier 1989, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1993; et

   C. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement C dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés en dix tranches annuelles égales commençant le 1er janvier 1989, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1998.

2. Sauf stipulation contraire dans le présent accord, les produits originaires du territoire de l'autre Partie qui sont visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement D dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 continueront de bénéficier du régime existant d'admission en franchise indiqué dans ces listes.

NOTE :

Conformément aux pratiques habituelles en matière de traités bilatéraux, le Département d'État aux États-Unis souhaite examiner la version française de l'Accord pour s'assurer que la portée juridique de cette dernière est identique à celle du texte anglais, les deux textes faisant également foi. Aux termes d'un échange de notes diplomatiques entre les deux gouvernements, le Département d'État disposera d'une période après la signature de l'Accord pour procéder à cette vérification. Il se peut donc que d'autres modifications mineures soient apportées au texte français à la suite des observations formulées par le Département d'État.

NUMÉRO		DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
		SECTION XX		
		MARCHANDISES ET PRODUITS DIVERS		
		CHAPITRE 94		
		MEUBLES; MOBILIER MÉDICO-CHIRURGICAL; ARTICLES DE LITERIE ET SIMILAIRES; APPAREILS D'ÉCLAIRAGE NON DÉNOMMÉS NI COMPRIS AILLEURS; LAMPES LUMINEUSES ET ARTICLES SIMILAIRES; CONSTRUCTIONS PRÉFABRIQUÉES		
9401		Sièges (à l'exclusion de ceux de la position 9402), même transformables en lits et leurs parties :		
9401.10		Sièges des types utilisés pour véhicules aériens :		
9401.10.40		Capitonnés de cuir	4 %	B
9401.10.80		Autres :		
	A	Pour lesquels une utilisation sur des aéronefs civils est certifiée (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 88)	Franchise	D
	B	Autres	4 %	B
9401.20.00		Sièges des types utilisés pour véhicules automobiles :		
	A	S'ils constituent l'équipement d'origine d'un véhicule automobile (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 87)	Franchise	D
	B	Autres	3,1 %	B
9401.30		Sièges pivotants, ajustables en hauteur :		
9401.30.40		Avec bâti en bois	5,3 %	B
9401.30.80		Autres	4 %	B
9401.40.00		Sièges autres que le matériel de camping ou de jardin, transformables en lits	3,2 %	B
9401.50.00		Sièges en rotin, en osier, en bambou ou en matières similaires	7,5 %	B
		Autres sièges, avec bâti en bois :		
9401.61		Rembourrés :		
		Fauteuils :		
9401.61.20		En bois de teck	3,4 %	B
9401.61.40		Autres	5,3 %	B
9401.61.60		Autres	2,5 %	B
9401.69		Autres :		
9401.69.20		Sièges en bois cintré	6,6 %	B
		Autres :		
		Fauteuils :		
9401.69.40		En bois de teck	3,4 %	B
9401.69.60		Autres	5,3 %	B
9401.69.80		Autres	2,5 %	B
		Autres sièges, avec bâti en métal :		
9401.71.00		Rembourrés	4 %	B
9401.79.00		Autres	4 %	B
9401.80		Autres sièges :		
		En caoutchouc ou en matières plastiques :		
9401.80.20		En matières plastiques renforcées ou stratifiées	6 %	B
9401.80.40		Autres	2,4 %	B
9401.80.60		Autres	4 %	B

NUMÉRO		DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
9401.90		Parties :		
9401.90.10		De sièges des types utilisés pour véhicules automobiles :		
	A	Si elles constituent l'équipement d'origine d'un véhicule automobile (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 87)	Franchise	D
	B	Autres	3,1 %	B
9401.90.15		De sièges de bois cintré	6,6 %	B
		Autres :		
9401.90.25		En rotin, en osier, en bambou ou en matières similaires	7,5 %	B
9401.90.35		En caoutchouc ou en matières plastiques	2,4 %	B
9401.90.40		En bois	5,3 %	B
9401.90.50		Autres	4 %	B
9402		Mobilier pour la médecine, la chirurgie, l'art dentaire ou l'art vétérinaire (tables d'opération, tables d'examen, lits à mécanisme pour usages cliniques, fauteuils de dentistes, par exemple); fauteuils pour salons de coiffure et fauteuils similaires, avec dispositif à la fois d'orientation et d'élévation; parties de ces articles :		
9402.10.00		Fauteuils de dentistes, fauteuils pour salons de coiffure et fauteuils similaires, et leurs parties	3,9 %	B
9402.90.00		Autres	5,3 %	B
9403		Autres meubles et leur parties :		
9403.10.00		Meubles en métal des types utilisés dans les bureaux	4 %	B
9403.20.00		Autres meubles en métal		
	A	Pour lesquels une utilisation sur des aéronefs civils est certifiée (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 88)	Franchise	D
	B	S'ils constituent l'équipement d'origine d'un véhicule automobile (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 87)	Franchise	D
	C	Autres	4 %	B
9403.30		Meubles en bois des types utilisés dans les bureaux :		
9403.30.40		Meubles en bois cintré	6,6 %	B
9403.30.80		Autres	2,5 %	B
9403.40		Meubles en bois des types utilisés dans les cuisines :		
9403.40.40		Meubles en bois cintré	6,6 %	B
		Autres :		
9403.40.60		Conçus pour être utilisés dans les véhicules automobiles :		
	A	S'ils constituent l'équipement d'origine d'un véhicule automobile (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 87)	Franchise	D
	B	Autres	3,1 %	B
9403.40.90		Autres	2,5 %	B
9403.50		Meubles en bois des types utilisés dans les chambres à coucher :		
9403.50.40		Meubles en bois cintré	6,6 %	B

NUMÉRO		DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
		Autres :		
9403.50.60		Conçus pour être utilisés dans les véhicules automobiles :		
	A	S'ils constituent l'équipement d'origine d'un véhicule automobile (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 87)	Franchise	D
	B	Autres	3,1 %	B
9403.50.90		Autres	2,5 %	B
9403.60		Autres meubles en bois :		
9403.60.40		Meubles en bois cintré	6,6 %	B
9403.60.80		Autres :		
	A	S'ils constituent l'équipement d'origine d'un véhicule automobile (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 87)	Franchise	D
	B	Autres	2,5 %	B
9403.70		Meubles en matières plastiques :		
9403.70.40		En matières plastiques renforcées ou stratifiées :		
	A	Pour lesquels une utilisation sur des aéronefs civils est certifiée (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 88)	Franchise	D
	B	S'ils constituent l'équipement d'origine d'un véhicule automobile (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 87)	Franchise	D
	C	Autres	6 %	B
9403.70.80		Autres :		
	A	Pour lesquels une utilisation sur des aéronefs civils est certifiée (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 88)	Franchise	D
	B	S'ils constituent l'équipement d'origine d'un véhicule automobile (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 87)	Franchise	D
	C	Autres	2,4 %	B
9403.80		Meubles en autres matières, y compris le rotin, l'osier, le bambou ou les matières similaires :		
9403.80.30		En rotin, en osier, en bambou ou en matières similaires	7,5 %	B
9403.80.60		Autres :		
	A	S'ils constituent l'équipement d'origine d'un véhicule automobile (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 87)	Franchise	D
	B	Autres	4 %	B
9403.90		Parties :		
9403.90.10		De meubles des types utilisés pour véhicules automobiles :		
	A	Si elles constituent l'équipement d'origine d'un véhicule automobile (voir la note supplémentaire 1 des É.-U., chapitre 87)	Franchise	D
	B	Autres	3,1 %	B

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
	Autres :		
9403.90.25	En rotin, en osier, en bambou ou en matières similaires	7,5 %	B
	En caoutchouc ou en matières plastiques :		
9403.90.40	En matières plastiques renforcées ou stratifiées	6 %	B
9403.90.50	Autres	2,4 %	B
9403.90.60	En textile, à l'exclusion du coton	7 %	B
9403.90.70	En bois	5,3 %	B
9403.90.80	Autres	4 %	B

ANNEXE 7

PAYS D'ORIGINE DES FOURNISSEURS ET DEGRÉ DE SATISFACTION DES RÉPONDANTS

MEUBLES

PAYS D'ORIGINE DES FOURNISSEURS ET DEGRÉ DE SATISFACTION DES RÉPONDANTS

PAYS	DEGRÉ DE SATISFACTION 1	2	3	4	5	NOMBRE TOTAL DE RÉPONDANTS	MOYENNE
Belgique				1		1	4,00
Canada			1	1		2	3,50
Chine		1			2	3	4,00
Danemark			1	4	4	9	4,33
Europe				2	1	3	4,33
Finlande				2		2	4,00
France		1	1	1		3	3,00
Hong Kong				1		1	4,00
Israël				1	1	2	4,50
Italie		1	6	8	11	26	4,12
Malaisie					1	1	5,00
Mexique		1				1	2,00
Pays-Bas			1	1		2	3,50
Norvège				2		2	4,00
Pays du Pacifique				1		1	4,00
Philippines				1	1	2	4,50
Roumanie				1		1	4,00
Scandinavie				3	1	4	4,25
Singapour					2	2	5,00
Corée du Sud					1	1	5,00
Espagne			1	1	1	3	4,00
Suède				1	2	3	4,67
Suisse					1	1	5,00
Taiwan			1	3	4	8	4,38
Royaume-Uni					4	4	5,00
Allemagne de l'Ouest			2	8	3	13	4,08
Ensemble du Monde			1	1		2	3,50
Yougoslavie			1		1	2	4,00
TOTAL	0	4	16	44	41	105	

degrés de satisfaction :

1 = faible
2 = assez faible
3 = neutre
4 = assez élevé
5 = élevé

ANNEXE 8

PUBLICATIONS ET FOIRES COMMERCIALES DE L'INDUSTRIE AMÉRICAINE

PRINCIPALES FOIRES COMMERCIALES DU MEUBLE

FOIRES	LIEU	DATE	PATRONNÉ PAR	CONTACT
Atlanta Furniture Market	Atlanta, Géorgie	Janvier/Juillet	Atlanta Merchandise Mart (404) 658-5641	M. Tom Fulghum
Dallas Furniture Market	Dallas, Texas	Janvier/Juillet	Dallas Trade Center (214) 655-6100	M. Michael Parks
International Furniture Market	High Point, Caroline du Nord	Avril/Octobre	Southern Furniture Market Centre (919) 889-6144	M. Bruce Miller M. Tom Tooney
Southern Furniture Market	High Point, Caroline du Nord	Avril/Octobre	Furniture Factories Marketing Association of the South (919) 889-0203	M. Rick Barentine
San Francisco Furniture Market	San Francisco, Californie	Janvier/Juillet	Western Merchandise Mart (415) 552-2311	S.O
Designer's Saturday	New York, New York	Octobre	Designer's Saturday Association (718) 937-7474	Mme Cathy Scanlon
NEOCON	Chicago, Illinois	Juin	Merchandise Mart (312) 527-4141	S.O

PUBLICATIONS

Competitivedge. 220 W. Gerry Drive, Wood Dale, IL 60691
Contact : Barbara Weatken, directrice (312) 595-0200.

Furniture Today. High Point, NC
Contact : Bill Petersen, directeur (919) 889-0133.

Furniture World. 530 Fifth Avenue, Palham, NY 10803
Contact : Martin Bienenstock, éditeur (914) 738-6744.

Home Furnishings Daily. Fairchild Publications, 209 South Main,
Suite 1220, High Point, NC 27220
Contact : Jeff Greisch, directeur de la commercialisation des meubles
(New York), (212) 741-8388.

Professional Furniture Merchant. 180 Allen Road, Suite 300, South Atlanta, GA 30328
Contact : Marilyn Singleton, directrice (404) 252-8831.

ANNEXE 9

LISTES DE CONTRÔLE :
ANALYSE DE MARCHÉ ET ÉTUDE DE MARCHÉ

LISTE DE CONTRÔLE : ÉTUDE DE MARCHÉ

1. Identification du marché : sa taille, ses caractéristiques géographiques.
2. Concurrence; part du marché.
3. L'adéquation du produit.
4. Les caractéristiques démographiques.
5. Les barrières tarifaires.
6. Les barrières non tarifaires.
7. Les créneaux.
8. La conjoncture économique.
9. La stabilité du régime politique.
10. Les pratiques commerciales.
11. L'ingérence de l'État dans le commerce et la société.
12. Les obstacles linguistiques.
13. Le(s) concurrent(s) :
    - les prix
    - les méthodes de vente
    - les méthodes de distribution
    - les méthodes publicitaires
    - la documentation, les brochures
    - les méthodes de service
    - les délais de livraison.
14. Les foires commerciales utiles.
15. Les brevets, droits d'auteur, licences.

LISTE DE CONTRÔLE : ANALYSE DE MARCHÉ

1. L'acceptabilité du produit?
2. Les avantages du produit?
3. Le volume potentiel est-il suffisant?
4. La capacité de production est-elle adéquate?
5. Les fonds disponibles pour les exportations sont-ils suffisants?
6. Les matières premières disponibles sont-elles suffisantes?
7. Observation de toutes les exigences du marché étranger : règles, règlements, étiquetage, barrières non tarifaires?
8. Capacité de fournir des services satisfaisants dans le marché étranger?
9. Observation des exigences juridiques (par exemple, la constitution en société)?
10. La présence de services bancaires adéquats dans le marché étranger?
11. La stabilité économique et politique du pays étranger en question?
12. La présence d'entrepôts adéquats?
13. La présence de moyens d'expédition et de transport adéquats dans le marché étranger?
14. La présence de méthodes de vente et de distribution adéquates dans le marché étranger?

ANNEXE 10

SERVICES COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA ET AUX ÉTATS-UNIS

SERVICES COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA

Responsable de la commercialisation aux États-Unis pour ce secteur
Ministère des Affaires extérieures (UTD)
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-991-9475
Télex : 0533745
Télécopieur : 613-996-9103

Colombie-Britannique
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
P.O. Box 11610
900-650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver, B.C.
V6B 5H8
Téléphone : 604-666-0434
Télex : 0451191
Télécopieur : 604-666-8330

Saskatchewan
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
6th Floor
105 - 21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Téléphone : 306-975-4353
Télex : 0742742
Télécopieur : 306-975-5334

Manitoba
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Suite 608
330 Portage Avenue
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Téléphone : 204-983-2097
Télex : 0757624
Télécopieur : 204-983-2187

Alberta
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
The Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
Edmonton, Alberta
T5J 3S3
Téléphone : 403-420-2944
Télex : 0372762
Télécopieur : 403-420-4507

Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Harry Hays Building
Suite 630
220 - 4th Avenue S.E.
Calgary, Alberta
T2P 3C3
Téléphone : 403-292-4575
Télécopieur : 403-292-4578

Ontario
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Téléphone : 416-973-5000
Télex : 06524378
Télécopieur : 416-973-8714

Québec
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Tour de la Bourse
800, place Victoria
Pièce 3800, C.P. 247
Montréal, Québec
H4Z 1E8
Téléphone : 514-283-6796
Télex : 05560768
Télécopieur : 514-283-3302

Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
112, rue Dalhousie
Québec, Québec
G1K 4C1
Téléphone : 418-648-2506
Télécopieur : 418-648-7291

Île-du-Prince-Édouard
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Téléphone : 902-566-7400
Télex : 01444129
Télécopieur : 902-566-7450

Territoires du Nord-Ouest
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
10th Floor
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 1C0
Téléphone : 403-920-8575
Télécopieur : 403-873-6228

Nouveau-Brunswick
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Édifice L'Assomption
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton, Nouveau-Brunswick
E1C 8P9
Téléphone : 506-857-6452
Télex : 0142200
Télécopieur : 506-857-6429

Nouvelle-Écosse
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Téléphone : 902-426-7540
Télex : 01922525
Télécopieur : 902-426-2624

Terre-Neuve
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Téléphone : 709-772-5511
Télex : 0164749
Télécopieur : 709-772-5093

Yukon
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Suite 301
108 Lambert St.
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Téléphone : 403-668-4655
Télécopieur : 403-668-5003

DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT DU CANADA AUX ÉTATS-UNIS

Ambassade du Canada à Washington
La Section du développement du commerce et des marchés est située à la chancellerie de Sheridan Circle de l'ambassade du Canada, 2450 Massachusetts Avenue N.W., Washington, D.C. 20008-2881
Téléphone : 202-483-5505
Télécopieur : 202-239-2009
Télex : 0089664 (DOMCAN A WASH)
Territoire : Washington (D.C.), Maryland, Delaware, région est de la Pennsylvanie (y compris Philadelphie), Virginie

Atlanta
Consulat général du Canada
400 South Tower
One CNN Center
Atlanta, Georgia 30303-2705
Téléphone : 404-577-6810
Télécopieur : 404-524-5046
Télex : 0542676 (DOMCAN ATL)
Territoire : Alabama, Floride, Géorgie, Mississippi, Caroline du Nord, Caroline du Sud, Tennessee, Puerto Rico, Îles-Vierges (Américaines)

Boston
Consulat général du Canada
Three Copley Place, Suite 400
Boston, Massachusetts 02116
Téléphone : 617-262-3760
Télécopieur : 617-262-3415
Télex : 940625 (DOMCAN BSN)
Territoire : Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island, Vermont ainsi que : Saint-Pierre-et-Miquelon

Buffalo
Consulat du Canada
One Marine Midland Center
Suite 3550
Buffalo, New York 14203-2884
Téléphone : 716-852-1247
Télécopieur : 716-852-1247
Télex : 0091329 (DOMCAN BUF)
Territoire : État de New York -- l'Ouest, le Centre et le Nord.

Chicago
Consulat général du Canada
310 South Michigan Avenue, 12th Floor
Chicago, Illinois 60604-4295
Téléphone : 312-427-1031
Télécopieur : 312-922-0637
Télex : 00254171 (DOMCAN CGO)
Territoire : Illinois, Missouri, Wisconsin, région Quad-City de l'Iowa

Cleveland
Consulat du Canada
Illuminating Building, Suite 1008
55 Public Square
Cleveland, Ohio 44113-1983
Câble : CANADIAN CLEVELAND
Téléphone : 216-771-0150
Télécopieur : 216-771-1688
Télex : 00985364 (DOMCAN CLV)
Territoire : Kentucky, Ohio, Virginie occidentale, région ouest de la Pennsylvanie

Dallas
Consulat général du Canada
St. Paul Place, Suite 1700
750 N. St. Paul Street
Dallas, Texas 75201-9990
Câble : CANADIAN DALLAS
Téléphone : 214-922-9806
Télécopieur : 214-922-9811
Télex : 00732637 (DOMCAN DAL)
Territoire : Texas, Arkansas,
Kansas, Louisiane, Nouveau-Mexique, Oklahoma

Détroit
Consulat général du Canada
600 Renaissance Centre
Suite 1100
Detroit, Michigan 48243-1704
Câble : CANADIAN DETROIT
Téléphone : 313-567-2340
Télécopieur : 313-567-2164
Télex : 230715 (DOMCAN DET)
Territoire : ville de Toledo
États : Michigan, Indiana

Los Angeles
Consulat général du Canada
300 South Grand Avenue, 10th Floor
California Plaza
Los Angeles, California 90071
Téléphone : 213-687-7432
Télécopieur : 213-520-8827
Télex : 00674119 (DOMCAN LSA)
Territoire : Arizona, Californie,
comté de Clark au Nevada

Minneapolis
Consulat général du Canada
701 Fourth Avenue South
Minneapolis, Minnesota 55415-1078
Téléphone : 612-333-4641
Télécopieur : 612-332-4061
Télex : 290229 (DOMCAN MPS)
Territoire : Iowa, Nebraska, Minnesota,
Dakota du Nord, Dakota du Sud, Montana

New York
Consulat général du Canada
1251 Avenue of the Americas
New York, N.Y. 10020-1175
Câble : CANTRACOM NEW YORK
CITY
Téléphone : 212-586-2400
Télécopieur : 212-246-7424
Télex : 62014481 (DOMCAN NYK)
Territoire : Connecticut,
New Jersey, région sud de l'État
de New York ainsi que : Bermudes

San Francisco
Consulat général du Canada
50 Fremont St., Suite 2100
San Francisco, California 94105
Téléphone : 415-495-6021
Télécopieur : 415-541-7708
Télex : 34321 (DOMCAN SFO)
62014485 (Easylink)
Territoire : Californie (sauf les
10 comtés méridionaux), Colorado,
Hawaii, Nevada (sauf le comté de
Clark), Utah, Wyoming

Seattle
Consulat général du Canada
412 Plaza 600, Sixth and Stewart
Seattle, Washington 98101-1286
Téléphone : 206-443-1777
Télécopieur : 206-443-1782
Télex : 0328762 (DOMCAN SEA)
Territoire : Alaska, Idaho, Oregon,
Washington